

Philippe Steiner

La sociologie économique

NOUVELLE ÉDITION



La Découverte

9 bis, rue Abel-Hovelacque
75013 Paris

Du même auteur

La Sociologie de Durkheim, La Découverte, collection « Repères », 2^e éd. 1998.

La Sociologie économique 1890-1920 : Durkheim, Pareto, Schumpeter, Simiand, Veblen et Weber (en collaboration avec Jean-Jacques Gislain), Presses universitaires de France, collection « Sociologies », 1995.

Sociologie de la connaissance économique. Essai sur les rationalisations de la connaissance économique (1750-1850), Presses universitaires de France, collection « Sociologies », 1998.

L'École durkheimienne et l'économie. Religion, sociologie et connaissance, Droz, 2004.

ISBN 2-7071-4502-5

Le logo qui figure au dos de la couverture de ce livre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, tout particulièrement dans le domaine des sciences humaines et sociales, le développement massif du photocopillage.

Le code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc qu'en application des articles L. 122-10 à L. 122-12 du Code de la propriété intellectuelle, toute reproduction à usage collectif par photocopie, intégralement ou partiellement, du présent ouvrage est interdite sans autorisation du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris). Toute autre forme de reproduction, intégrale ou partielle, est également interdite sans autorisation de l'éditeur.

Si vous désirez être tenu régulièrement informé de nos parutions, il vous suffit d'envoyer vos nom et adresse aux Éditions La Découverte, 9 bis, rue Abel-Hovelacque, 75013 Paris. Vous recevrez gratuitement notre bulletin trimestriel **À la Découverte**. Vous pouvez également retrouver l'ensemble de notre catalogue et nous contacter sur notre site www.editions-ladecouverte.fr.

© Éditions La Découverte & Syros, Paris, 1999

© Éditions La Découverte, Paris, 2005.

Introduction

La sociologie économique étudie les faits économiques en les considérant comme des *faits sociaux*. Elle s'adresse aux économistes et aux sociologues pour qu'ils étudient ces faits en considérant la *dimension de relation sociale* que comportent de tels faits sans négliger pour autant la *dimension intéressée* qui y est centrale [Swedberg, 2003]*. À rebours du mouvement qui porte les sciences sociales à diviser le travail intellectuel, à spécialiser les recherches, la sociologie économique suggère qu'il est nécessaire et utile de faire se rencontrer les théories économiques et sociologiques de manière à fournir de meilleures explications des faits économiques que ne le font l'un et l'autre de ces deux savoirs lorsqu'on les met en œuvre d'une manière isolée ou, pire, contradictoire.

Une telle idée n'est pas propre à la fin du xx^e siècle. Le premier mouvement d'envergure qui conduit différents théoriciens vers la sociologie économique prend place dans les décennies 1890-1920. Cette période n'est d'ailleurs pas sans quelques particularités intéressantes pour comprendre le présent. En effet, la théorie économique marginaliste ne s'est pas imposée sans coup férir à partir des années 1870 pour déboucher sur la théorie économique « mainstream » contemporaine. Le marginalisme a rencontré de grandes difficultés car il lui fallait faire face à ce qui demeurait de l'école classique anglaise et aux nombreux économistes se réclamant d'une approche plus historique et plus institutionnelle (l'École historique allemande), mais il lui fallait aussi faire face aux limites de son programme de recherches. La sociologie économique apparaît alors nécessaire à un grand théoricien

* Les références entre crochets renvoient à la bibliographie en fin d'ouvrage.

du marginalisme comme William Stanley Jevons ; puis des économistes (Vilfredo Pareto, Joseph Schumpeter, Thorstein Veblen, Max Weber) et des sociologues (Émile Durkheim) donnent corps à cette idée.

La question se pose donc : ne faut-il pas considérer que le renouveau de la sociologie économique, sensible depuis les années 1980, a pour raison l'incertitude qui assaille de nouveau la théorie économique dans sa capacité à rendre compte de la situation économique ? Sans vouloir pousser trop loin un parallèle dont l'explicitation demanderait une longue enquête, la question valait d'être énoncée pour faire entendre que la création de la sociologie économique d'une part, sa résurgence depuis le milieu des années 1970 de l'autre ont partie liée avec l'insatisfaction ressentie vis-à-vis de la théorie économique lorsqu'elle s'isole des autres sciences sociales.

Quand la première sociologie économique s'estompe progressivement à partir des années 1930, un partage se met en place qui attribue à la théorie économique l'étude des comportements rationnels des individus, notamment les choix sous contrainte, et à la sociologie les comportements non rationnels, notamment l'exploration des raisons pour lesquelles ces choix rationnels ne sont pas aussi développés que la théorie économique pouvait le penser. Le retour au devant de la scène de la sociologie économique ne peut se faire sans remettre en cause une telle séparation : les comportements économiques ne sont pas tous rationnels et les raisons sociologiques le sont souvent. En effet, l'intérêt de la sociologie économique contemporaine provient de sa capacité à investir le champ des faits économiques pour les expliquer d'une manière pertinente, voire d'une manière qui soit plus pertinente que ce qu'offre la théorie économique seule.

Sans compter les nombreuses occurrences où l'on s'efforce de rapprocher économie et sociologie, ou de déployer une sociologie de la vie économique, les termes de sociologie économique, de socio-économie, d'économie sociale sont couramment utilisés. Quelle est donc la spécificité de la sociologie économique ?

Les approches d'économie sociale ou de socio-économie, dont la *Revue du Mauss* impulsée par Alain Caillé fournit une excellente illustration, se caractérisent par l'attention qu'elles accordent aux liens entre le politique et l'économique. On examine et on suggère des propositions comme, par exemple, celles qui concernent la citoyenneté économique, le rôle des associations

dans la lutte contre le chômage, les mesures sociales devant être prises pour accompagner les transformations économiques se faisant jour dans les sociétés contemporaines. La sociologie économique assume pleinement la *dimension politique* de la plupart des objets concrets sur lesquels elle intervient ; mais elle n'implique pas pour autant un *engagement* politique. Son objectif premier est celui de la clarté que la science sociale peut apporter sur les phénomènes étudiés. On peut regretter que l'apport de la sociologie économique soit encore faible en matière de politique sociale [Swedberg, 2003], mais il reste sage de s'en tenir à l'impératif de neutralité axiologique wébérien. Critique vis-à-vis de la théorie économique fondée sur le comportement d'un agent économique désocialisé, omniscient et mû par la seule recherche du gain maximal (le fameux *homo oeconomicus*), elle se développe autour de trois dimensions, liées, mais que l'on peut distinguer pour la clarté de la présentation. Premièrement, des études sociologiques réinvestissent le champ économique, délaissé durant la période 1930-1970, en appliquant tels ou tels outils de l'analyse sociologique pour montrer comment les relations sociales interviennent dans le déroulement des régularités économiques, ce que l'on appelle maintenant la *construction sociale des relations économiques*. Par exemple, on montre comment les relations sociales (domestiques, notamment) modifient sensiblement l'usage de la monnaie selon l'origine du revenu. Deuxièmement, la dimension *analytique* caractérise les travaux consacrés à l'explication sociologique de la formation des grandeurs marchandes (prix, revenus, volume d'emploi, etc.). Par exemple, on montre comment la prise en compte des relations sociales (familiales, amicales, professionnelles) explique la manière dont les individus trouvent un emploi, ou pourquoi certains réseaux ethniques sont plus performants que d'autres lorsqu'il s'agit de créer des entreprises. Troisièmement, la sociologie économique comporte une dimension *culturelle* et *cognitive*. Les faits économiques ne peuvent être perçus indépendamment d'un ensemble *de manière de classer* les faits sociaux qui sont autant de résultats cognitifs spécifiques dont l'un des plus prégnants de nos jours n'est rien d'autre que la tendance à isoler le fait économique des autres faits sociaux. La sociologie économique prend aussi en charge le fait que l'économie n'est pas seulement une pratique, car elle est une représentation culturelle largement diffusée sous la forme de pratiques gestionnaires et qu'elle fait l'objet d'une élaboration savante sous la forme de théorie économique.

Dans ce qui suit, l'effort va porter sur la production de connaissances nouvelles que fournit la sociologie économique contemporaine à propos du marché principalement. Le marché désigne habituellement les phénomènes économiques résultant d'acteurs agissant en fonction des signaux et des informations véhiculés par des prix formés sans interférence politique, religieuse ou autre. Le marché est devenu une institution située au cœur de la vie économique des sociétés modernes *et* de la théorie économique, c'est donc la raison pour laquelle il a été pris comme fil directeur dans cet ouvrage. De plus, la sociologie économique du marché offre l'avantage de rassembler certains des travaux les plus puissants et les plus novateurs. Finalement, cela permet de montrer que certains développements de la théorie économique (ceux des théories dites « hétérodoxes », comme la théorie de la régulation ou l'économie des conventions, mais pas uniquement ceux-là) rejoignent ceux de la sociologie économique des sociologues.

Ce choix a pour inconvénient majeur de ne pas donner un aperçu complet du domaine couvert par la sociologie économique. Par exemple, les études sociologiques récentes de la consommation ou des transferts à l'intérieur de la famille (héritage, services mutuels rendus, cadeaux, soutien économique en cas de chômage, etc.) apportent un éclairage passionnant sur ce que la théorie économique laisse en arrière-plan du marché. Il en va de même de la sociologie des organisations et des entreprises, de la sociologie du travail et des relations professionnelles qui sont très actives sur des domaines intimement liés au marché. Sans négliger certains apports de ces travaux, l'attention a ici été concentrée sur le marché pour ne pas laisser à la marge ce qui est, quoi qu'on en ait, central dans l'organisation économique moderne et pour affirmer clairement que la sociologie économique est autre chose qu'un regroupement hétéroclite de recherches anciennes. Ainsi il est possible de mieux marquer ce qu'il y a de novateur dans la sociologie économique contemporaine.

De manière à procéder méthodiquement, le premier chapitre présente les apports analytiques et empiriques de la sociologie économique du début du *xx^e* siècle. Il ne s'agit pas tant d'un retour sur l'histoire que de rappeler des éléments qui constituent, aujourd'hui encore, une part importante du socle théorique de la sociologie économique, comme le montre la définition opératoire de la sociologie économique proposée à la fin du chapitre. Le deuxième chapitre justifie la place centrale

accordée au marché et indique comment la sociologie économique prend pied sur ce domaine. En s'appuyant sur de nombreux travaux empiriques portant sur des marchés de nature diverse, le chapitre III explicite la notion de construction sociale des relations marchandes, c'est-à-dire explique comment les relations sociales contribuent d'une manière décisive à la création et à l'évolution des institutions et des relations marchandes. Le chapitre IV prolonge la réflexion en montrant comment les ressources fournies par un outil récent de l'analyse sociologique (l'analyse des réseaux sociaux) permettent d'expliquer le fonctionnement de certains marchés (marché financier, marché du travail). Le chapitre V montre finalement que la dimension cognitive de la sociologie économique débouche sur une sociologie de la connaissance économique dont les apports sont nécessaires pour étudier l'impact de l'économie, en tant que forme de savoir, sur la façon dont nous nous représentons le monde moderne, son évolution et sur la manière dont nous y agissons.

I / De l'ancienne à la nouvelle sociologie économique

L'apparition de la sociologie économique date de la période située au tournant des XIX^e et XX^e siècles [Swedberg, 1987 ; Gislain et Steiner, 1995]. Certains des auteurs à l'origine de la sociologie économique (Durkheim, Pareto, Weber) sont aussi les fondateurs de la sociologie classique et leurs apports sont toujours en prise directe avec la sociologie économique contemporaine [Swedberg, 1998 ; Steiner, 2004b]. Quels sont les éléments structurant ces apports et quelles filiations les rattachent à la sociologie économique contemporaine ?

Origine de la sociologie économique

À la fin du XIX^e siècle, l'économie politique se trouve dans une situation inconfortable. Les derniers tenants de l'économie politique classique s'opposent aux différentes variantes de l'école historique, mais ces deux groupes s'opposent à une petite minorité d'économistes développant la théorie de l'utilité marginale (Jevons, Menger, Walras) et s'appuyant le plus souvent sur une mathématisation de l'économie politique. L'avenir réserve à ceux-ci une place prépondérante mais dans le moment leur position est difficile en raison de leur faible nombre et des difficultés qu'ils rencontrent pour justifier le comportement de l'agent économique et le caractère statique de l'analyse. De ces difficultés et de l'appréciation qui en est faite découlent trois manières de concevoir la sociologie économique vis-à-vis de l'économie politique. Avec Pareto, on peut chercher à *complexifier l'approche économique* en y ajoutant les dimensions caractéristiques du social ; avec Durkheim, la sociologie économique est

envisagée comme le moyen de *remplacer l'économie politique* jugée scientifiquement inadéquate ; avec Weber et Schumpeter, la sociologie économique a vocation de *compléter l'économie politique* en offrant le moyen de prendre en compte l'histoire.

Pareto : la nécessaire complexification de l'économie

D'un côté, Pareto voit bien les avantages associés à l'étude du comportement humain exprimé par la recherche du gain maximal : cela permet une rigueur accrue du raisonnement économique grâce à la formalisation mathématique associée à la théorie du choix et à l'étude des systèmes d'interdépendance que, suivant Walras, il développe et étend. D'un autre côté, il est extrêmement sensible aux limites et aux difficultés d'une telle démarche. La théorie économique mathématique est désespérément statique : « Nous ne savons rien en matière de dynamique », écrit-il en 1909 dans son *Manuel d'économie politique*, alors que les faits dont il s'agit de rendre compte sont marqués par des évolutions, linéaires ou cycliques ; le comportement de l'agent économique, tel que supposé par la théorie, est beaucoup trop simple et repose sur des hypothèses très lourdes, notamment lorsqu'on suppose que l'agent agit consciemment et selon un savoir quasi infini des conséquences de ses actions.

Comment résoudre ces difficultés ? Comment justifier de telles hypothèses et de telles limites ? Pareto propose une hiérarchie entre les différents domaines de l'économie politique : l'économie pure, très abstraite, est complétée par l'économie appliquée, puis par la sociologie, de telle manière que, par complexification progressive, on obtienne une explication satisfaisante du phénomène concret.

Ce faisant, Pareto introduit l'idée que l'association de la théorie économique et de la théorie sociologique est un ingrédient indispensable pour donner à la nouvelle théorie économique sa place et son plein effet de connaissance. La postérité de Pareto est mince : la sociologie économique en tant que combinaison englobante de l'économie et de la sociologie n'a pas eu de prolongements au XX^e siècle.

Les approximations successives chez Pareto

Sans doute puisée dans sa formation d'ingénieur, la méthode des approximations successives est mise en valeur sans relâche par Pareto. Il est, dit-il, impossible d'étudier le phénomène concret dans toutes ses dimensions, car celles-ci sont en nombre infini ; en conséquence, la méthode scientifique demande que soient sélectionnées une ou quelques-unes de ces dimensions pour permettre une analyse précise du phénomène abstrait. C'est le cas lorsque l'on suppose des corps parfaitement lisses et des mouvements sans frictions en mécanique ; c'est aussi le cas lorsqu'on fait abstraction de l'individu concret, de la pluralité de ses motifs d'action, de ses passions, etc., pour ne plus parler que de l'*homo oeconomicus*. L'*économie pure* étudie alors les propriétés de systèmes d'*interdépendance* créés par la présence d'un grand nombre d'agents économiques sur des marchés concurrentiels ou non.

Il faut procéder ensuite à une complexification progressive de cette première approximation (l'*économie pure*) en supposant que, tout en restant mû par des considérations économiques, l'*homo oeconomicus* a des passions : cette deuxième approximation correspond à l'*économie appliquée*. Celle-ci prend appui sur les résultats de l'*économie pure*, mais elle produit des résultats qui peuvent être sensiblement différents parce qu'elle suppose l'existence d'autres formes d'actions au sein du système d'*interdépendance* (par exemple : le lobbying, la corruption). Finalement, Pareto fait intervenir une troisième approximation, la *sociologie*. Cette dernière est chargée de synthétiser les apports des différents savoirs spéciaux (les différentes premières approximations) pour s'approcher au plus près du phénomène concret en faisant intervenir les différentes dimensions (religieuse, politique, militaire, sexuelle, etc.) de la vie sociale.

Durkheim : le remplacement de l'économie par la sociologie économique

Pour Durkheim (1858-1917) et les membres de son école, au premier rang desquels il faut placer François Simiand (1873-1935), Marcel Mauss (1872-1950) et Maurice Halbwachs (1873-1945), le point de départ est l'insatisfaction très forte qu'ils ressentent vis-à-vis de la méthode suivie par l'*économie politique* ; leur attitude est critique en proportion. S'ils ne suggèrent pas, comme Auguste Comte avait été amené à le faire, une élimination pure et simple de la théorie économique, ils œuvrent pour refonder ce savoir. La sociologie économique ou économie positive doit alors remplacer l'*économie*.

Simiand fustige les économistes parce qu'ils renversent la démarche positive de la connaissance en mettant le comportement rationnel de l'*homo oeconomicus* au point de départ de leurs réflexions. La théorie économique, dit-il, étudie des « possibles »

et non les faits eux-mêmes, c'est-à-dire qu'elle étudie ce que les hommes devraient faire s'ils étaient rationnels ainsi qu'on le suppose pour ensuite élaborer des théories susceptibles de rendre compte des faits observables. L'aspect méthodologique de la critique ne nous concerne pas ici, mais Simiand voit avec une grande clarté un point essentiel de l'affaire : l'économie pure se fixe pour objet l'étude des conséquences du comportement intéressé rationnel, elle s'attache donc à en exposer les différentes formes et leurs conséquences, sans avoir à s'inquiéter de l'environnement social, historique dans lequel ce comportement est mis en œuvre. La sociologie économique ne fait pas de même : elle procède à des enquêtes historiques et sociologiques précises de manière à montrer que le comportement intéressé, associé à d'autres formes de comportement, varie selon le contexte historique et social pour produire tel ou tel effet.

À la suite de Durkheim qui définit les faits sociaux comme des « manières d'agir, de penser et de sentir extérieures aux individus et qui sont douées d'un pouvoir de coercition » [Durkheim, 1895, p. 5], Simiand considère que la sociologie économique part des institutions et des représentations sociales des agents pour étudier les comportements économiques. Ainsi, il définit quatre modalités d'action intéressée (par ordre d'importance : maintenir le gain nominal ; maintenir l'effort ; accroître le gain ; diminuer l'effort). Lorsque les prix montent, les agents voient leurs revenus nominaux s'élever (d'abord les patrons, puis les ouvriers et les détenteurs de capitaux) et ils diminuent leur effort (d'organisation, de rendement au travail, d'investissement). Avec la phase suivante du cycle, marquée par la baisse des prix, le maintien des revenus nominaux exige un effort accru dans la production (mécanisation et rendement du travail plus élevé) et dans le secteur financier : si les prêteurs anticipent une création plus grande de richesses, alors ils investiront les gains de la période antérieure. Cette confiance, dont la monnaie est le support, relance l'activité et les prix à la hausse.

Dans l'approche durkheimienne, l'existence et le fonctionnement du marché ne peuvent être expliqués sans faire appel aux institutions et représentations sociales. Cela conduit les durkheimiens à s'intéresser à l'imbrication étroite existant entre les comportements intéressés et les comportements fondés sur des normes sociales (par exemple : la justice dans le droit des contrats ou la fixation des salaires) ou sur des structures cognitives (par exemple, la représentation du marchand ou du loueur dans les classes ouvrières) puisque les unes comme les autres

L'institution et la sociologie économique durkheimienne

La sociologie, dit Mauss [1901, p. 150], est la science des institutions, c'est-à-dire la science des actes et des idées que les individus trouvent institués et qui s'imposent plus ou moins à eux. L'institution est un autre nom donné au fait social durkheimien pour désigner aussi bien des arrangements sociaux fondamentaux (une constitution politique) que des phénomènes comme la mode ou les préjugés. Mauss se hâte d'ajouter que, en mettant l'institution au centre de la sociologie, il ne s'agit pas de s'intéresser qu'au passé : les institutions évoluent, se transforment car les phénomènes institués ne sont pas compris et mis en œuvre par tous de la même façon. La sociologie économique américaine, plus connue sous le nom d'institutionnalisme, repose sur une conception de l'institution très proche [Gislain et Steiner, 1995] puisque, selon Thorstein Veblen (1857-1929), il s'agit d'« habitudes mentales prédominantes, de façons très répandues de penser les rapports particuliers et les fonctions particulières de l'individu et de la société » [Veblen, 1899, p. 125].

Simiand construit une classification des faits socio-économiques à partir des institutions : les espèces économiques selon un critère de taille (économie familiale, urbaine, régionale, nationale, etc.) ou de forme de l'échange (avec ou sans monnaie) ; les régimes économiques selon un critère juridique (servage, artisanat, coopératives, salariat, etc.) ; les formes économiques selon un critère technologique. Par ailleurs, sous le nom de représentations sociales, ce qu'il y a de plus impalpable dans les institutions sert à définir la dimension cognitive des comportements lorsque ceux-ci sont fondés sur les notions de valeur, prix, monnaie. Ce faisant, il se coule dans la perspective de Mauss pour tenir compte de l'interaction entre l'institution et le comportement des agents (l'institué) : ceux-ci sont contraints par celle-là, mais ceux-ci font évoluer celle-là.

définissent des éléments indispensables pour rendre compte des régularités sociales observées (la multiplicité croissante des échanges, le rendement du travail, la structure des budgets ouvriers et son évolution).

Avec Simiand, la sociologie économique durkheimienne affronte directement les faits sociaux économiques de la société moderne tandis qu'avec Mauss, elle s'intéresse essentiellement aux sociétés archaïques et aux dimensions symboliques et religieuses de l'économie. Ce clivage n'a cependant rien de figé.

Dans *l'Essai sur le don*, Mauss [1925, p. 269-273] admet que dans les sociétés archaïques le comportement intéressé côtoyait le système de dons/contre-dons ; réciproquement, les relations altruistes coexistent avec les comportements intéressés dans la société moderne, ainsi que d'autres auteurs l'ont démontré depuis en étudiant ce fait exemplaire qu'est le don de sang [Titmuss, 1970]. De son côté, Simiand [1934] développe une théorie de la monnaie qui fait de cette dernière une institution dans laquelle se cristallisent les attentes, les anticipations des

La conception webérienne du social

Pour des raisons de méthode, Weber [1921, p. 4] considère que ce qu'il y a de spécifique à l'étude du social tient à l'existence d'actions individuelles dans lesquelles l'acteur donne un sens à son acte et tient compte des actions des autres individus. La sociologie webérienne met ainsi au premier plan les motifs des acteurs placés en situation d'interaction, le sociologue s'efforce de comprendre ces motifs — au moyen d'enquêtes statistiques, d'expériences psychologiques de laboratoire, ou de reconstructions rationnelles — pour expliquer les régularités sociales observées.

Dans le cas du fait économique [*ibid.*, p. 62], le motif de l'action est la satisfaction des besoins en situation de rareté. Le déroulement de l'action est marqué par le caractère pacifique de l'interaction, ce qui exclut l'emploi de la violence, légale ou non, caractérisant les relations politiques ou militaires qui, par ailleurs, peuvent avoir aussi une dimension économique.

La prise en compte du comportement d'autrui ne fait en général pas problème puisque l'action économique pacifique suppose d'une part que les acteurs respectent mutuellement les droits de propriété et, d'autre part, que, en raison de l'interdépendance dans laquelle se trouvent les producteurs ou les échangistes, les uns et les autres s'attendent à ce que soient pris en compte les désirs solvables exprimés.

agents économiques mais cette institution est redevable, selon lui, d'une approche tirée de la sociologie de la religion.

Weber : la complémentarité de l'économie et de la sociologie économique

Weber (1864-1920) n'a pas la prévention des durkheimiens à l'encontre de la théorie économique abstraite. Sans doute faut-il rappeler qu'il fut un professeur d'économie politique pendant l'essentiel de sa carrière professionnelle et qu'il fut, au sein de l'école historique allemande, un défenseur des apports du marginalisme [Swedberg, 1998]. Weber considère le fait économique comme un fait social dans la mesure où la recherche des biens rares oblige l'agent à tenir compte des comportements des autres agents économiques et du sens que ceux-ci donnent à leur action.

Cette conception de l'action met la sociologie économique de Weber en position de compléter la théorie marginaliste. Par exemple, commentant la théorie de l'intérêt de l'économiste autrichien Eugen von Böhm-Bawerk, il explique que le sociologue économiste devra considérer l'explication économique de l'existence d'un taux d'intérêt positif, selon laquelle les biens futurs ont une utilité marginale moindre que les biens présents

et qu'en conséquence de ces évaluations subjectives certains agents sont prêts à payer pour disposer maintenant de biens dont ils n'auraient eu la jouissance que plus tard. Cela admis, dit Weber : « Le sociologue aimerait alors savoir dans quel *acte* humain s'exprime ce prétendu rapport et comment les agents économiques peuvent introduire les conséquences de cette évaluation différentielle sous forme d'"intérêts" » [Weber, 1921, p. 97]. Dans ce cas, la sociologie économique cherche les rapports sociaux dans lesquels s'exprime concrètement ce que présupposent les analyses abstraites du comportement intéressé développées par les économistes.

Cette option a été reprise par Joseph Schumpeter (1883-1950) pour qui la sociologie économique s'attache à l'étude du cadre institutionnel à l'intérieur duquel se déroulent les actions économiques. Ainsi une histoire stylisée ou idéal typique peut devenir le support de la théorie économique par l'intermédiaire de la sociologie économique. Weber [1904, p. 153] propose trois directions de travail : 1) étude de la structure des rapports socio-économiques présents ; 2) examen de leur formation historique ; 3) étude de leur signification culturelle. On trouve là l'origine des trois dimensions (analytique, historique et cognitive) de la sociologie économique contemporaine. Cette tripartition heuristique sera parfois mise à profit pour présenter la sociologie économique contemporaine (voir chap. II, tableau II). Néanmoins, l'analyse propre à la sociologie économique, hier comme aujourd'hui, demande d'insister sur les institutions et les actions économiques.

Institutions et comportements économiques

Les institutions au sens durkheimien du terme ont été mises en œuvre très tôt dans le cadre de la sociologie économique. Deux exemples peuvent montrer la fécondité d'une telle approche : le premier concerne le soubassement sociojuridique du marché, le second porte sur les représentations à l'œuvre dans la consommation marchande ; dans les deux cas, il s'agit de théories toujours vivantes dans la sociologie économique contemporaine.

Division du travail et échange

Dans *De la division du travail social*, Durkheim explique que les économistes ont approché d'une manière trop restrictive le phénomène dont Adam Smith avait magnifié l'importance dans la *Richesse des nations* [1776]. Celui-ci ne s'était pas fait une vision étriquée de la division du travail puisque, si les aspects productivistes et utilitaires étaient valorisés, Smith leur avait associé des considérations morales (aussi inégalitaire soit-elle, la société marchande doit améliorer la situation de tous, même des plus pauvres), géo-historiques (la société marchande ou le marché général réunit l'ensemble des zones accessibles par le transport maritime ou fluvial en opposition aux régions intérieures) et politiques (l'échange généralisé sur lequel doivent compter les individus spécialisés libère ces derniers des contraintes politiques féodales). De même, Smith avait pris en compte des aspects sociaux de la division du travail lorsqu'il expliquait que, en raison de la multiplication des biens produits par des individus spécialisés ne pouvant plus satisfaire l'ensemble de leurs besoins, il n'était plus possible de faire circuler les biens par l'intermédiaire de relations politiques (redistribution des richesses collectées par le pouvoir politique) ou affectives (allocation des biens au sein de la famille). Une fois que la division du travail a pris de l'ampleur, les individus ne peuvent nouer suffisamment de relations politiques ou affectives pour s'approvisionner dans tous les biens dont il veulent disposer, car de telles relations exigent beaucoup de temps. En conséquence, l'échange marchand, affectivement et politiquement neutre, est fonctionnellement adapté à la circulation de richesses produites en plus grande quantité en conséquence de la division du travail.

Par la suite, dit Durkheim, des auteurs comme Herbert Spencer ont proposé une vision de la société fondée sur le modèle de l'échange. L'échange serait un contrat librement négocié entre les parties et les obligations sociales ne seraient rien d'autre que la résultante de ces conventions librement passées entre les agents. Durkheim rejette cette explication, en faisant valoir un argument socio-économique similaire à celui de Smith. En poussant la thèse de Spencer à son terme, Durkheim en montre aisément le caractère défectueux. Supposons que le lien social soit à l'image du rapport économique librement débattu entre les parties contractantes : la multiplication des échanges impose à chacun de négocier sans cesse tant pour les transactions dont

l'effet est immédiat que pour celles dont les effets se prolongent sur une longue période de temps (prêt à intérêt, par exemple). En conséquence, le temps social employé à négocier les relations contractuelles, notamment celles qui sont complexes et durables, devient considérable ; si considérable, dit Durkheim, que les individus seraient littéralement paralysés s'ils devaient à chaque instant négocier librement les conditions de leurs relations contractuelles. Bref, l'avantage socio-économique que Smith avait trouvé à l'échange marchand, en comparaison de ce qu'il en était de la circulation politique ou affective des biens, disparaît.

On sait la conclusion qu'en tire Durkheim : le libre contrat n'est possible qu'en raison d'éléments non contractuels, c'est-à-dire en prenant appui sur des institutions sociales, sur des types préétablis de contrat qui s'imposent aux agents. Cette solution, il convient de le noter, est très proche de l'idée de base de la théorie économique des coûts de transaction développée par Ronald Coase, puis par Oliver Williamson. En effet, selon ces auteurs, les transactions ont un coût (en temps, en informations, etc.) et la minimisation de tels coûts est à la base de l'explication des arrangements institutionnels qui apparaissent dans l'économie d'échange, notamment l'existence des entreprises [Coase, 1937], ou de droits des contrats de natures différentes selon le type de bien échangé [Williamson, 1981]. Si une similitude existe entre les deux approches lorsqu'il est question de prendre en compte le coût des transactions marchandes, il y a pourtant une différence marquée quant à la solution apportée. Dans la théorie économique des coûts de transaction, les arrangements institutionnels sont « sélectionnés » selon un critère de maximisation identique à celui que l'on trouve au principe de comportement de l'*homo oeconomicus* ; en d'autres termes, c'est parce que la firme et son organisation interne minimisent les coûts de transaction que celles-ci supplantent localement le marché. Ce genre d'explication n'a plus cours dans le cadre de la sociologie économique durkheimienne : l'institution sociale qu'est le contrat n'est pas le fruit d'un calcul optimisateur, mais le résultat diffus de l'évolution sociale. Durkheim souligne à ce propos combien les représentations sociales de la justice sont importantes à considérer pour expliquer l'émergence du contrat. Cette justice n'est pas la justice du marché au sens où il suffit de respecter les règles marchandes pour que l'échange soit déclaré juste ; la représentation sociale de la justice sur laquelle Durkheim prend appui est celle qui assure à chaque groupe social une

rémunération adéquate avec sa contribution et son rang social. Dans le langage de l'auteur, ces représentations sont des institutions ; il en va de même dans le langage de la théorie économique moderne, lorsque John K. Arrow [1974, p. 28] indique qu'il fait grand cas des « institutions invisibles » comme la confiance ou les principes éthiques et moraux quand il s'agit d'analyser les organisations accompagnant ou palliant le fonctionnement du marché.

Les représentations sociales interviennent donc dans la sociologie économique durkheimienne lorsqu'il s'agit du contrat d'échange en général ; elles interviennent aussi à propos du comportement des consommateurs [Miller, 1998].

Consommation et comportements d'achat

À partir d'enquêtes statistiques sur les budgets ouvriers, Halbwachs pose la question suivante : comment expliquer que les ménages ouvriers aient une structure de dépense différente de celle des ménages disposant d'un même pouvoir d'achat par unité de consommation ? Comment expliquer que les budgets ouvriers ne suivent pas les lois dégagées par le statisticien Ernst Engel, quant à la stabilité relative de la part consacrée au vêtement et au logement ? La réponse s'appuie sur le concept de représentation : celle-ci désigne le mécanisme cognitif par lequel les agents conçoivent le monde économique et agissent en conséquence. En tant qu'institution, ces représentations confèrent une permanence à certains comportements alors même que ces derniers ne correspondent plus à la situation des agents, comme cela peut être le cas dans une situation de mobilité économique ascendante. En d'autres termes, un ménage ouvrier peut conserver une structure de dépense qui ne correspond plus à son nouveau statut économique ou à un nouveau rapport entre pouvoir d'achat familial et nombre d'unités de consommation. Halbwachs prolonge d'une manière pertinente l'usage de la notion de représentation en suggérant l'existence de différences dans les représentations au sein du même groupe social selon le type de dépense effectuée.

Halbwachs distingue les dépenses selon le montant (faible/fort) et la fréquence (basse/élevée) et leur associe des représentations distinctes. Lorsqu'il s'agit de nourriture, dépense quotidienne d'un montant peu élevé, le prix apparaît comme une caractéristique matérielle du produit lui-même, allant de soi tant qu'il reste dans des limites de variation elles-mêmes admises

Tableau I. Types de dépense et représentations selon Halbwachs

Montant	Fréquence	
	Basse	Élevée
Faible	Vêtement « Incertitude sur la qualité : ne pas être trop dupe »	Nourriture « "Naturalité" du prix courant »
Fort	Logement « Rente toujours trop élevée, qu'il n'est pas illégitime de ne pas payer »	_____*

* Les dépenses fréquentes d'un montant élevé sont absentes de cette typologie pour les classes ouvrières.

comme naturelles. En revanche, le prix hors du commun éveille la suspicion, quand bien même il serait plus faible. Comme le rapporte Michelle de La Pradelle [1996, p. 166-168], le marchand sur le marché de Carpentras n'arrive pas à écouler le produit qu'il a obtenu de son fournisseur à un prix exceptionnellement bas et dont il veut faire bénéficier ses clients, alors que la qualité est la même. Selon l'explication fournie par Halbwachs, la représentation de l'acheteur est la suivante : si le prix est bas (par référence au « prix naturel »), c'est que quelque caractéristique matérielle du produit fait défaut, aussi il ne faut pas l'acheter. On a là un mécanisme du genre de ceux que les économistes dénomment la « sélection adverse » : la baisse du prix est interprétée en termes de baisse de qualité, et l'acheteur rationnel se refuse à se laisser guider simplement par le signal émis par le bas prix [Akerlov, 1970]. Dès que le marchand rétablit (à la hausse, donc) le prix habituel, le produit s'écoule comme à l'habitude. Dans le cas du vêtement, la fréquence d'achat étant plus basse, la connaissance du rapport qualité/prix fait défaut : il s'agit d'être le moins dupe possible du marchand, aussi l'achat sera-t-il guidé par le souci d'acheter bon marché. Toutefois, Halbwachs introduit un principe de visibilité sociale tiré de l'étude que Veblen [1899] a consacrée à la consommation ostentatoire, c'est-à-dire la consommation que l'on fait pour satisfaire le besoin de signifier à ses voisins qu'on « a les moyens ». À la différence de la nourriture prise au sein du foyer, la dépense vêtement dépend de ce principe de visibilité sociale, ce qui conduit à une dépense plus élevée (achat de vêtement de « bonne » qualité) que celle

qui ressortirait de la méfiance de l'acheteur vis-à-vis du marchand. Finalement, la dépense logement d'un montant élevé et d'une fréquence faible (Halbwachs, assez habilement, la considère non pas dans sa régularité hebdomadaire ou mensuelle, mais au moment du changement de logement, moment où doivent être prises les décisions « psychologiquement » lourdes) est considérée comme une rente toujours hors de proportion avec le service rendu.

En insistant sur ces aspects de la sociologie économique durkheimienne et, notamment, sur l'approche qui part des représentations sociales pour expliquer les comportements des agents et donner les raisons des régularités empiriques observées, il s'agit d'attirer l'attention sur le danger qu'il y a à opposer sommairement la démarche durkheimienne et la démarche wébérienne. Avec Halbwachs, le sociologue économiste durkheimien se trouve très proche de la démarche wébérienne, celle que Weber [1904, p. 170] expose en disant : « Quant à nous, nous appelons "fin" la représentation d'un *résultat* qui devient *cause* d'une action. Et nous la prenons en considération au même titre que n'importe quelle autre cause qui contribue ou peut contribuer à un résultat significatif. »

Théories de l'action économique

La théorie de l'action a reçu une attention soutenue de la part de la sociologie économique. Comment améliorer la compréhension que l'on peut avoir du comportement économique ? La réponse a été donnée par des théories de l'action plus riches ouvrant la porte à d'autres formes de rationalité et à d'autres motifs que la rationalité instrumentale. Curieusement, par la suite, on a fini par oublier cette origine située à la croisée de l'économie et de la sociologie pour croire qu'il s'agissait de réflexions propres à la sociologie et extérieures au champ de l'économie.

Les actions économiques rationnelles et leurs ombres

Avec le xx^e siècle, l'idée s'est fait jour selon laquelle la théorie économique s'occupe des comportements intéressés rationnels : les goûts étant considérés comme des données stables, la théorie économique modélise les comportements d'agents cherchant à obtenir le plus grand bien-être possible en cédant une partie des

biens dont ils disposent pour en acquérir d'autres jusqu'au moment où aucune transaction librement consentie n'améliore plus la situation d'une paire quelconque d'agents. Cette action rationnelle instrumentale, dont le caractère est plus normatif (« ce que ferait l'agent s'il était parfaitement rationnel ») que descriptif (« ce que fait l'agent réellement »), devient la pierre de touche de la théorie économique. Sa force tient dans le fait qu'elle repose sur une seule forme d'action offrant l'avantage décisif d'être aisément compréhensible (il suffit d'appliquer les règles de la logique pour comprendre le sens de l'action pour l'acteur) et susceptible d'une formalisation mathématique (optimisation sous contrainte). Face à ce schéma explicatif, les sociologues économistes s'efforcent tous de montrer qu'il est nécessaire d'y associer d'autres formes de l'action.

Pareto joue un rôle de tout premier plan dans la mesure où son apport personnel se situe à la fois dans le registre de la théorie économique et dans celui de la sociologie économique. D'un côté, rejetant la référence à l'utilité et à la philosophie utilitariste, il formalise le comportement économique en termes de théorie du choix rationnel. La part sociale ou non rationnelle de l'individu est concentrée dans ses goûts, représentés par des courbes d'indifférence (l'ensemble des « paniers » de biens pour lesquels l'individu est indifférent) hiérarchisées selon des nombres-indices. La théorie de l'équilibre général donne ses résultats en termes d'équilibre et d'optimalité sur la base des choix rationnels d'individus considérés comme indépendants les uns des autres. D'un autre côté, Pareto se refuse à étendre cette théorie du choix rationnel en dehors d'un cercle assez étroit de phénomènes — économiques pour l'essentiel — et il rejette l'option qui sera celle de l'impérialisme économique selon lequel tout acte impliquant des moyens rares (ne serait-ce que le temps) est susceptible d'être étudié selon les procédures de l'analyse économique. En effet, selon Pareto, les actions rationnelles (logiques, dans son vocabulaire) ne forment qu'un type d'actions à côté d'actions non rationnelles (non logiques). En outre, il pense que les actions non logiques sont les plus importantes lorsqu'il s'agit d'expliquer les phénomènes sociaux, c'est-à-dire lorsque l'on passe de la première approximation que constitue l'économie pure, à la sociologie.

Prenons l'exemple du protectionnisme souvent abordé par l'auteur. La théorie pure du commerce international explique l'avantage mutuel que les nations (et les individus qui les composent) peuvent attendre du libre-échange ; néanmoins on

Actions logiques et non logiques selon Pareto

Pareto [1917, p. 67-76] impose trois conditions pour qu'une action soit logique : 1) l'acteur donne un but subjectif à son action (c'est une action significativement orientée au sens de Weber) et organise consciemment le déroulement de celle-ci ; 2) l'observateur extérieur, doté de l'ensemble des connaissances scientifiques du moment, détermine le but objectif (le but auquel va parvenir effectivement l'action) ; 3) les deux buts sont identiques. L'action économique, où l'*homo oeconomicus* cherche à obtenir (but subjectif) de chaque franc à sa disposition l'utilité la plus grande en comparant l'utilité marginale des différents biens à sa portée, est considérée par l'observateur (le théoricien de l'équilibre général) comme une

action permettant d'atteindre ce même but. L'action est donc logique.

Dès que l'une de ces trois conditions n'est plus respectée, l'action tombe alors dans le vaste domaine des actions non logiques. Non logique chez Pareto ne veut d'ailleurs pas dire illogique : une action non logique peut être ce que l'on peut faire de mieux à une époque et avec des connaissances données. Les actions sans but subjectif sont extrêmement rares ; Pareto rejoint sur ce point l'avis de Weber ; les actions sans buts objectifs sont plus nombreuses (la magie en est un exemple : les incantations ne feront pas tomber la pluie). Le cas le plus intéressant est celui d'une action dans laquelle les deux buts subjectif et objectif existent, mais ne concordent pas : nous en verrons plus bas un exemple très important avec l'action de l'entrepreneur en concurrence parfaite.

constate que les politiques économiques protectionnistes sont nombreuses et que certains pays voient leur richesse s'accroître en appliquant une telle politique. Doit-on en conclure que la théorie pure du choix rationnel est fautive, démentie par les faits ? C'est une commodité que Pareto délaisse. La théorie n'est pas fautive, mais elle est incomplète car elle ne peut expliquer à elle seule le phénomène concret ; il faut lui ajouter d'autres explications pour y parvenir. L'idée de Pareto est alors la suivante : le protectionnisme est le résultat des demandes de protection adressées aux gouvernants par des entrepreneurs cherchant à se défaire de la contrainte concurrentielle et à s'enrichir plus facilement ainsi. Les barrières douanières aboutissent à une moindre production de richesses que celle que permettrait le libre-échange (effet économique de premier rang) ; en revanche, le processus de création de rentes protectionnistes favorise des entrepreneurs astucieux et diffuse les valeurs de la réussite économique. Le protectionnisme a donc des effets sociaux de deuxième rang ; mais la réflexion ne s'arrête pas là. Les types d'individus favorisés et les changements des mentalités économiques induits par le protectionnisme peuvent avoir pour effet d'accroître à terme la production des richesses (effet

économique de troisième rang) au point de contrebalancer l'impact négatif de l'effet économique de premier rang du protectionnisme. Fondée sur un entremêlement des actions logiques et non logiques, la sociologie économique de Pareto n'est pas une coquille vide et elle produit des effets de connaissance spécifiques ; il en va de même de la théorie de l'action de Weber.

La typologie de l'action de Weber est certainement celle qui est la plus connue et la plus utilisée de nos jours. L'auteur distingue quatre types d'actions : traditionnelles, affectives, rationnelles en valeur, rationnelles en finalité. Si on laisse de côté les actions routinières (fondées sur la tradition, sur « ce qui a toujours été ») et les actions affectives (fondées sur les impulsions et les affects du moment ou encore, pour aller dans le sens des propositions de Jon Elster [1998], sur les émotions), les actions sont rationnelles soit en termes de valeurs qui sont au principe de l'action, soit en termes d'adaptation moyens-fin.

La question de l'origine du comportement économique rationnel va permettre de montrer l'imbrication existant entre les deux formes d'action rationnelle. Dans *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Weber [1905] montre comment le comportement économique rationnel, support essentiel de toute la civilisation moderne, est une construction sociale spécifique. Selon Weber, avant l'époque moderne (le xvi^e siècle), la prégnance de la religion était telle qu'aucune transformation des comportements légitimes ne pouvait avoir lieu sans son assentiment. L'action économique est alors traditionnelle en deux sens : soit il s'agit d'une action dont est absente la recherche systématique du gain (le paysan cherche à satisfaire ses besoins et, cela fait, il arrête de travailler), soit il s'agit d'une action où l'amour du gain s'exerce sans mélange, sans scrupule, sans considération d'une rentabilité à long terme. L'effet de la Réforme protestante, dans son acception calviniste, est de diffuser dans la communauté des croyants un comportement ascétique et une conception du travail comme devoir. En vertu du décret divin qui fait que chacun, quoi qu'il fasse, est damné ou élu, les croyants cherchent méthodiquement les signes de leur élection en faisant fructifier le monde que Dieu a créé pour sa gloire. Ce comportement religieux (recherche du salut, confirmation devant autrui de son statut d'élu) produit des actions rationnelles en valeur, dont les conséquences économiques sont évidentes (systématicité du comportement, recherche de la plus grande création de richesse non pour en jouir mais pour la

Les rationalités de l'action selon Weber

L'action rationnelle se présente d'abord comme rationalité instrumentale ou adaptation rationnelle des moyens aux fins poursuivies. La définition, extrêmement forte, est directement associée par l'auteur au comportement économique tel que décrit par la théorie marginaliste : « Agit de façon rationnelle en finalité celui qui oriente son activité d'après les fins, moyens et conséquences subsidiaires, et qui *confronte* en même temps rationnellement les moyens et la fin, la fin et les conséquences subsidiaires et enfin les différentes fins possibles entre elles » [Weber, 1921, p. 23]. La définition idéal-typique de l'action instrumentale a un niveau d'abstraction qui n'a rien à envier à celui de l'action intéressée de l'*homo oeconomicus*.

Toutefois, Weber prend en compte une deuxième forme d'action rationnelle, l'action rationnelle en valeur : « Agit d'une manière purement rationnelle en valeur celui qui agit sans tenir compte des conséquences prévisibles de ses actes, au service qu'il est de sa conviction portant sur ce qui lui apparaît comme commandé par le devoir, la dignité, la beauté, les directives religieuses, la piété ou la

grandeur d'une "cause" quelle qu'en soit la nature » [*ibid.*].

Cette deuxième forme de rationalité, la rationalité axiologique selon la terminologie de Raymond Boudon [1998a, 1998b], suppose que l'action ne cherche pas une adaptation moyens-fin de manière à produire les conséquences préférées par l'acteur, mais elle cherche à faire prévaloir un principe axiologique, une valeur auxquels l'individu adhère, quelle que soit la conséquence matérielle qui en résulte pour l'acteur (par exemple, dans le « jeu de l'ultimatum », où il s'agit de partager entre deux agents une somme d'argent, au nom d'un principe égalitaire de la justice, un gain peut être refusé par un joueur si l'offre qui lui est faite lui apparaît comme injuste, même si le prix à payer est le fait de n'avoir aucun gain).

L'opposition de la rationalité instrumentale économique et de la rationalité axiologique peut devenir profonde ainsi qu'il ressort de la réflexion que Amartya Sen [1987] consacre à l'« idiot rationnel » (l'*homo oeconomicus*) : la théorie économique peut assez facilement intégrer les comportements altruistes, mais il n'en va pas de même des comportements axiologiques où, au nom de ses valeurs, l'agent agit rationnellement contre son intérêt économique.

réinvestir, etc.), mais qui n'auraient pas pu être socialement acceptables sans lui. Ce comportement rationnel en valeur (religieuse, puisqu'il s'agit de s'assurer de son salut éternel) a finalement pour conséquence non voulue un système économique dans lequel le mobile religieux de l'action n'est plus nécessaire : il est désormais obligatoire d'agir selon la rationalité économique sauf à s'exposer à des conséquences dommageables dans la lutte (la concurrence) pour l'accès à la disposition des richesses.

Encore une fois, il est décisif de constater que, dans la sociologie économique de Weber, comme dans celle de Pareto ou de

Simiand, la théorie de l'action mobilise plusieurs modalités de l'action. Hier comme aujourd'hui, la sociologie économique combine le comportement guidé par *l'intérêt* et celui dépendant des *relations* existant entre les acteurs (soit par les valeurs et les normes, soit par les affects, soit par les objets, etc.).

Le cas de l'entrepreneur

Le comportement de l'entrepreneur fait problème dans la théorie économique fondée sur l'action rationnelle instrumentale ; on peut le montrer facilement en reprenant une démonstration de Pareto. L'entrepreneur cherche à faire le plus grand profit possible au moyen d'une combinaison de facteurs de production qu'il achète aux prix de marché pour produire des marchandises vendues elles aussi aux prix de marché. En concurrence pure, l'entrepreneur n'a pas d'action sur les prix ; ceux-ci sont donc des données pour lui, données en fonction desquelles sont déterminées les techniques de production et les quantités achetées et offertes. Mais son comportement lorsqu'on l'agrège à celui des autres entrepreneurs modifie les données de l'économie et le calcul optimisateur doit reprendre à partir de nouvelles données (prix-quantité). Cette procédure théorique de détermination de l'équilibre (le « tâtonnement » walrassien) en concurrence pure aboutit au résultat bien connu selon lequel, à l'équilibre, l'entrepreneur ne fait ni gain ni perte. En conséquence, au cœur de la théorie économique pure figurent les actions non logiques de l'entrepreneur : le but subjectif est de faire un gain, le but objectif est l'annulation des gains à l'équilibre ; les deux buts divergent, aussi l'action est du type non logique.

On peut d'ailleurs se demander comment un tel comportement systématiquement contrarié peut se maintenir et comment il peut donner lieu à des motifs raisonnables pour l'action ? Pour faire pièce à de telles questions, Pareto fait intervenir un comportement plus complexe. Comme le spéculateur, l'entrepreneur agit en formant des anticipations sur les valeurs d'équilibre futures : si ces anticipations sont correctes, il fera un profit avant que le processus de convergence vers l'équilibre ne vienne éliminer cette source de gain. Il convient de remarquer que ces anticipations sont de nature non logique car, pas plus que les goûts, on ne peut les expliquer rationnellement. Bref, avec l'entrepreneur, la théorie économique de Pareto met au centre de l'étude du marché un comportement qui ne peut être

explicité en termes de pure rationalité économique. Il n'est pas le seul à penser ainsi.

Bon connaisseur de la théorie de l'équilibre général, élève de Weber, Schumpeter propose de concevoir la rationalité de l'entrepreneur comme entièrement différente de celle de l'agent économique rationnel à la base de la théorie de l'équilibre. Selon Schumpeter [1911] l'entrepreneur est mû non pas selon les principes du calcul coût-avantage (la rationalité instrumentale), mais selon d'autres motifs : création d'un empire industriel, soif du pouvoir, goût de la réussite, etc. Quelques années plus tard, Frank H. Knight [1921] explique le profit de l'entrepreneur par la situation d'incertitude marchande : face à l'incertitude inhérente au futur lorsqu'on ne sait dresser la liste des états possibles du monde, l'entrepreneur n'est pas en mesure d'optimiser comme le suppose la théorie de l'utilité espérée, il fait donc appel à son intuition et à son jugement. C'est précisément parce que des décisions sont ainsi non imputables (on ne peut définir un prix du service « intuition » égalant sa rentabilité marginale) qu'un profit pur existe pour l'entrepreneur lorsque son jugement lui a permis d'anticiper correctement l'évolution future du marché.

Derrière toutes ces expressions (actions non logiques, accomplissement de soi, jugements) auxquelles on aurait pu ajouter celles de John M. Keynes [1936] sur les « esprits animaux » des entrepreneurs, dont la connotation extrarationnelle est évidente, il apparaît qu'au cœur de la rationalité marchande figure un comportement non redevable de la seule rationalité instrumentale. Cela prouve que des principes d'une autre nature doivent être mis en œuvre pour rendre compte des phénomènes économiques, y compris de ceux qui, à l'exemple de l'entrepreneur, sont au centre du marché.

La nouvelle sociologie économique

La résurgence actuelle de la sociologie économique contemporaine est associée aux travaux que Mark Granovetter a fait paraître depuis la fin des années 1970. Ce qu'il a ensuite appelé la « nouvelle sociologie économique » puise largement dans le fonds mis au jour par la sociologie économique du début du xx^e siècle et il est important de marquer l'existence d'une telle continuité. La définition de la sociologie économique issue des propositions de Granovetter va permettre de cerner cet aspect

des choses avant que soient mises en avant les caractéristiques justifiant l'appellation de « nouvelle » dont s'est parée la sociologie économique contemporaine.

Définition de la nouvelle sociologie économique

Granovetter caractérise sa sociologie économique par les traits suivants : « 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 sont "construites socialement" » [Granovetter, 1990, p. 95-96]. Pour élémentaires qu'elles soient, ces deux idées sont décisives : elles insistent sur le fait que les thèmes chers à la théorie économique (l'action individuelle intéressée dans un cadre institutionnel donné) ne sont pas exclus du champ de l'analyse, mais ils ne sont pas non plus considérés comme des phénomènes allant de soi, uniques supports de l'explication scientifiquement recevable. La sociologie économique ne suggère donc pas une fin de non-recevoir vis-à-vis de la théorie économique ; elle suggère encore moins de la considérer comme définitive et satisfaisante puisque les principes explicatifs qui sont les siens sont trop partiels pour cela. La sociologie économique cherche sa voie en liant analyses sociologique et économique de manière à expliquer les faits socio-économiques mieux que ne le fait la théorie économique.

Granovetter explicite ensuite trois niveaux d'objets dont s'occupe la sociologie économique : « Je distingue trois niveaux de phénomènes économiques. Le premier est l'"action économique individuelle" pour lequel je retiens la définition weberienne : action orientée vers la satisfaction des besoins, tels que définis par les individus, en situation de rareté [...]. Je souhaite aussi expliquer des phénomènes qui se situent au-delà de l'action individuelle — ce que j'appelle les "résultats économiques" et les "institutions économiques" [...]. Les institutions sont différentes des résultats [formation de prix stables pour des marchandises données, formation de différences de salaires entre certaines catégories de travailleurs, etc.] car elles désignent de plus larges ensembles d'actions et elles comportent une dimension normative (comment les choses *doivent* être faites) » [*ibid.*, p. 98]. La sociologie économique a ainsi vocation à prendre en

L'impérialisme économique

Par ce terme, on désigne la stratégie de recherche qui considère la théorie économique comme la « grammaire générale » de l'action humaine, comme le modèle nécessaire de toute théorisation en sciences sociales [Lazear, 2000]. La raison évoquée, simple et puissante, est que l'action est toujours une allocation de moyens rares (le temps est toujours limité) à des fins alternatives ; bref, l'action est considérée sur le modèle de l'action rationnelle instrumentale à la base de la théorie économique. Les plus extrêmes, comme Ludwig von Mises [1929, p. 23-35], vont même jusqu'à nier l'existence d'action irrationnelle puisqu'il suffirait de savoir ce que sont les représentations de l'agent « irrationnel » pour constater que ce qui nous apparaît comme folie lui semble être une action rationnelle.

Forte de ce principe, l'analyse économique s'est étendue depuis les années soixante-dix à un grand

nombre de phénomènes non économiques et a pris une place maintenant bien établie aussi bien en sciences politiques, en démographie qu'en sociologie (la *Rational Choice Sociology* développée autour de James S. Coleman).

Il existe un autre sens du terme lorsqu'on désigne non plus une pratique scientifique, mais une représentation sociale selon laquelle les problèmes humains, sociaux, politiques sont pris en compte en termes essentiellement économiques. C'est ce que l'on appelle communément l'« économicisme ». Il ne s'agit plus de la pratique et des représentations d'un monde académique, mais de représentations sinon communes, du moins beaucoup plus largement répandues ; c'est donc une forme centrale de l'imaginaire moderne qui est alors désignée comme problème et comme objet de réflexion [Lebaron, 2000] et qui appelle, comme on le verra plus loin, une sociologie de la connaissance économique.

charge les différents domaines du mécanisme marchand sur lesquels la théorie économique tient l'essentiel de son discours. Elle se présente alors comme une réponse bien articulée aux prétentions de ceux qui ont enfourché la monture « impérialisme économique » : elle ne rejette pas le principe du comportement intéressé, mais elle ne croit pas pour autant qu'il s'agisse là de la pierre philosophale de l'explication en sciences sociales et elle se propose de retourner le problème en montrant que l'analyse sociologique, fondée sur des conceptions alternatives de l'action, de la rationalité de celle-ci et de l'origine des institutions, est capable de fournir des explications meilleures des phénomènes marchands que la théorie économique. Bref, la bonne façon de faire pièce à l'impérialisme économique consiste non pas à en discuter le principe et les bases méthodologiques ou à en critiquer les (mauvaises) applications — toutes choses qui ont leur intérêt et vis-à-vis desquelles la sociologie économique et la théorie économique bien entendue s'accordent pour dire que cela est nécessaire — mais à relever le défi, à passer à une

contre-attaque d'autant plus vigoureuse qu'elle porte sur des phénomènes marchands centraux, comme la recherche de l'emploi, le fonctionnement des marchés financiers, les usages monétaires, etc. À cet égard, contre l'avis même de Granovetter, il est clair que la nouvelle et l'ancienne sociologies économiques ont la même ambition et reposent sur une même approche mettant l'accent sur la capacité de l'analyse sociologique à contribuer à la compréhension de ces phénomènes économiques centraux. On l'a vu avec Durkheim (l'échange généralisé), Simiand (le salaire), Halbwachs (le consommateur), Pareto (le protectionnisme, l'entrepreneur) et Weber (l'origine du comportement rationnel).

La définition proposée par Granovetter et les réflexions provenant de la sociologie économique du début du xx^e siècle montrent que les concepts d'action et d'institution sont, hier comme aujourd'hui, centraux pour le développement de la sociologie économique. Est-ce à dire que l'on ne se trouve pas plus avancé en cette fin de siècle qu'en 1920 ? Il s'en faut. Depuis lors, la sociologie économique s'est enrichie d'une manière remarquable en se développant conceptuellement (la théorie de l'encastrement social), techniquement (l'analyse de réseau ou analyse structurale) et empiriquement de telle manière qu'une situation nouvelle existe désormais, y compris sur le lieu de prédilection de l'économiste : le marché.

II / La sociologie économique du marché

La sociologie économique peut-elle prendre pied sur le marché alors que la théorie économique occupe fermement et sans partage ce terrain ? Si au niveau des recherches appliquées les différences sont peu sensibles, il n'en va plus de même au niveau de la théorie, ce niveau abstrait qui constitue la référence des économistes. Par quel moyen la sociologie peut-elle faire valoir ses méthodes dans un domaine qu'elle avait délaissé pendant un demi-siècle ? Qu'y a-t-il de nouveau lui permettant d'agir ainsi depuis les années 1970 ? Finalement, quelle est la démarche spécifique de la sociologie économique qui la distingue de la théorie économique lorsque l'une et l'autre s'occupent du même objet ?

Comportement rationnel et système de marchés

Pour l'économiste contemporain, le marché n'est que le nom donné à la rencontre d'une courbe d'offre et d'une courbe de demande résultant de comportements d'agents dont les relations sont vidées de tout contenu social. Étudiant les relations entre la demande, l'offre et la valeur, dans un chapitre intitulé « On Markets », Alfred Marshall déclare : « Cette partie n'est pas descriptive, elle ne traite pas d'une manière constructive les problèmes réels. Mais elle élabore la structure théorique de notre savoir sur les causes qui gouvernent la valeur, et prépare ainsi les réflexions suivantes [la répartition du revenu] » [Marshall, 1961, p. 324]. En fait, l'auteur explique qu'un marché est bien organisé dans la mesure où il y a unicité du prix pour un bien dans une période donnée.

Le marché de la théorie économique est un concept très abstrait, résultat d'un processus de rationalisation de la connaissance économique à l'œuvre depuis au moins deux siècles. Ce rappel doit avoir pour vertu d'empêcher de croire que l'on se débarrasse des questions soulevées par la théorie économique en dénonçant ce qui apparaît comme un ectoplasme de réalité sociale. Il en va du marché comme de l'agent économique — le fameux *homo oeconomicus* — qui s'active en ce lieu. John Stuart Mill [1843, II, p. 497] expliquait en présentant ce personnage qu'il n'existait pas un seul économiste croyant que les individus agissaient réellement ainsi ; de même, les économistes contemporains peuvent dire que leur représentation théorique du marché ne se confond nullement avec la représentation du marché qui est la leur en tant qu'individus.

Des abstractions utiles...

Contrairement à certaines affirmations [Barber, 1977], il n'y aurait aucune difficulté à montrer que l'économie politique, du XVIII^e siècle à nos jours, contient des approches beaucoup plus riches en contenus sociaux que ce que l'on en retient habituellement. Mais il ne s'agit pas de décliner la variété des approches et de regretter que celle qui est plus au goût des sociologues économistes soit négligée au profit de l'approche formelle et abstraite. Il faut partir de ce qu'il y a de profond et d'important dans cette représentation abstraite de manière à clarifier l'apport de la théorie économique et, ainsi, de marquer ce vis-à-vis de quoi la sociologie économique réagit.

Premièrement, le marché abstrait est le lieu adéquat pour donner libre cours au comportement tout aussi abstrait de l'*homo oeconomicus* agissant dans le seul but du gain économique et selon une règle « économique » de maximisation du résultat pour un ensemble de moyens donnés (ou de minimisation des moyens pour un résultat donné). Dire cela signifie que la théorie économique utilise le marché comme moyen de définir les caractéristiques du comportement économiquement rationnel en supposant une situation où ce comportement peut se déployer sans entrave. On peut reprendre une affirmation de Simiand : *l'économiste définit des mondes possibles, c'est-à-dire des résultats théoriques logiquement possibles, sur la base d'un marché où se réunissent un grand nombre d'agents identiques. C'est la raison pour laquelle certains théoriciens actuels de la théorie du choix rationnel considèrent, à juste titre, que cette théorie a une*

La théorie du choix rationnel

La théorie du choix rationnel est devenue, depuis Pareto, John R. Hicks et Lionel Robbins, le point de départ de la théorie économique moderne. Le comportement de l'agent économique est alors approché en termes de choix, réels ou virtuels, entre des options alternatives. De ces choix, supposés respecter notamment l'axiome de transitivité, on peut déduire les courbes d'indifférence à partir desquelles procède la théorie micro-économique du consommateur. L'avantage attendu se situe essentiellement à un niveau méta-théorique : grâce à une telle approche on peut se dispenser d'une référence à l'utilité et à la doctrine utilitariste.

Comme le dit Elster [1989a, chap. 3], la théorie se résume à énoncer que, confrontés à des alternatives, les individus font habituellement

ce qu'ils considèrent comme devant produire le meilleur résultat. Le comportement est donc supposé être un comportement instrumental, c'est-à-dire qu'il est orienté vers le résultat de l'action. Assez simple dans son énoncé initial, cette théorie le devient beaucoup moins lorsqu'on considère l'interaction entre plusieurs individus [Shubik, 1982] ou lorsqu'on considère des choix dans un univers incertain [Machina, 1987].

Avec Robbins, la théorie du choix rationnel devient une pièce décisive pour l'expansion de la théorie économique vers d'autres domaines des sciences sociales. En effet, puisque les êtres humains sont soumis à la « rareté du temps », il y a un coût d'opportunité pour toute action (pendant que je donne le biberon à mon enfant, je ne peux faire autre chose), en conséquence toute action tombe de ce fait dans le domaine potentiel de l'application de la théorie économique.

dimension normative importante [Elster, 1989a, chap. 3-4 ; 1989b, chap. 1 ; Sen, 1987], sinon essentielle.

Définir les résultats logiquement possibles, c'est-à-dire logiquement cohérents, étant donné une multitude d'acteurs agissant rationnellement dans le but d'obtenir l'utilité la plus grande, est le premier intérêt de la théorie économique du marché. Que ce résultat entretienne un rapport délicat et controversé avec l'explication des comportements empiriques est une autre chose et cela n'autorise pas à rejeter ou à négliger la théorie économique tant qu'elle ne commet pas l'erreur de prendre ses modèles pour la réalité.

Par ailleurs, la conception abstraite du marché mise en œuvre par la théorie économique permet d'étudier les phénomènes d'*interdépendance* existant entre les divers marchés reliés les uns aux autres pour former un *système de marchés*. Ce n'est donc pas tant le *marché* qui constitue l'objet de la théorie économique, mais le *système de marchés* interdépendant et indépendant de toute régulation externe, qu'elle soit religieuse, morale ou politique. Aussi, selon Schumpeter, la théorie de l'équilibre général constitue la grande référence théorique de l'économiste et, de ce

La théorie de l'équilibre général

Cette conception de la théorie économique, associée au nom de son fondateur, Walras (1834-1910), part de l'idée que la représentation d'ensemble d'un système économique doit prendre en compte les interrelations existant entre les différentes composantes du système. L'idée est qu'une variation du prix du bien A sur le marché se répercute sur tous les autres marchés parce qu'un changement de la structure des prix relatifs se traduit par des modifications des offres et des demandes de tous les agents sur le marché du bien A, mais aussi sur tous les autres marchés. De cette modification des comportements, il s'ensuit de nouvelles modifications des prix jusqu'au moment où, sur tous les marchés simultanément, un équilibre est trouvé, c'est-à-dire que, pour les prix courants, aucune transaction n'est mutuellement avantageuse pour deux agents.

La formalisation d'un tel système est, bien sûr, une affaire compliquée et elle a reçu des développements

importants au cours du xx^e siècle [McKenzie, 1985] pour aboutir à ce qu'on appelle le modèle d'équilibre général de Arrow-Debreu. Il est alors démontré que, partant des plans d'agents autonomes agissant dans un but intéressé, on aboutit à une allocation optimale des biens : il existe un ensemble de prix et de quantités d'équilibre tels que la situation d'un agent ne puisse être améliorée sans détériorer celle d'un autre.

Cette démonstration d'existence d'un équilibre est un résultat formel important qui va dans le sens de l'intuition smithienne selon laquelle un ordre économique cohérent et désirable peut résulter du comportement intéressé d'agents autonomes. Résultat dont rien ne permet de penser qu'il va de soi. Les limites de la théorie de l'équilibre général ne sont pas moins importantes, notamment lorsqu'il s'agit de démontrer comment s'effectue le passage entre les comportements individuels et les données agrégées [Kirman, 1989], lorsqu'il s'agit d'introduire la monnaie [Cartelier, 1996] ou encore lorsqu'il s'agit d'étudier le processus par lequel on arrive à l'équilibre.

fait, elle devient un enjeu passionné pour les économistes ou ceux qui s'intéressent à la théorie économique.

D'où l'attraction très forte que les économistes ont pour ces recherches logiques, attraction dénoncée en termes de dévoiement vers un formalisme dépouillé de signification explicative. Pour échapper à ce qui débouche sur une mutuelle incompréhension, il faut insister sur le fait que, dans les sciences sociales, la théorie a précisément pour tâche l'étude des phénomènes d'interdépendance parce que ces derniers échappent aux acteurs pris par leurs enjeux immédiats comme aux instances régulatrices, politiques ou autres, en raison de la difficulté intrinsèque qu'il y a à les étudier théoriquement et à les maîtriser pratiquement.

Mais l'importance de ces relations d'interdépendance est telle qu'elles peuvent, à elles seules, former la raison d'être de la

Les expériences sur le « cavalier seul »

La théorie économique a établi le résultat suivant : un acteur individuel rationnel a intérêt à ne pas participer à une action collective ou au financement d'un bien public. En effet, la participation représente un coût (en temps, en argent, etc.) qu'il faut déduire du gain que procure l'action collective ou le bien public. En conséquence, si on peut obtenir l'avantage collectif grâce à la contribution des autres agents sans contribuer, il est individuellement rationnel de s'abstenir de le faire même si, en conséquence, le bien public ne sera pas disponible. Or, les expériences de psychologie économique montrent que les individus placés devant de tels choix contribuent beaucoup plus fortement que prévu à l'action collective au détriment de leur intérêt individuel.

Une expérience a même fait valoir un résultat inattendu, mais suggestif [Marwell et Ames, 1981]. Une population composée d'étudiants en économie a un comportement significativement différent caractérisé par une contribution plus faible au collectif que celle des autres populations. Ce premier résultat a été prolongé par des auteurs pour faire apparaître que l'étude de l'économie politique a un effet négatif sur le comportement coopératif [Frank, Gilovich et Regan, 1993].

science sociale. D'ailleurs, ne faut-il pas se souvenir que, au point de départ de la sociologie, Comte avait placé le phénomène du *consensus*, c'est-à-dire précisément l'idée de mutuelle dépendance entre les fonctions sociales. L'interdépendance concerne la sociologie dans nombre de ses dimensions et il y aurait une curieuse cécité à en critiquer la prégnance dans un domaine des sciences sociales en oubliant de la voir à l'œuvre dans un autre.

... mais non suffisantes

Reconnaître à la théorie économique un domaine de validité ne revient pas à souscrire à tous ses développements et, encore moins, à accepter toutes ses conclusions. En étudiant les conséquences logiques du comportement intéressé et les interdépendances à l'intérieur d'un système de marchés, la théorie économique élabore des connaissances utiles à la science sociale : mais elles ne sont pas suffisantes. Il y a des raisons théoriques et empiriques profondes à cette restriction. La théorie de l'équilibre général avec son ensemble complet de marchés où les individus peuvent agir selon les signaux donnés par la liste des prix et donc sans se préoccuper ni du comportement des autres individus ni d'autres formes de relation sociale repose sur des hypothèses très particulières concernant la société. En suivant les arguments d'André Orléan [2004, 2005] on peut dire

que, dans une telle représentation, le social est concentré dans deux hypothèses : la première suppose que les individus connaissent la liste des biens et que ceux-ci ne font l'objet d'aucune incertitude quant à leurs propriétés et qualités tandis que la deuxième suppose que les individus connaissent la liste des états futurs du monde et la probabilité de leur apparition. On comprend que les relations sociales ne soient alors d'aucun intérêt, d'aucune nécessité pour les individus : le social est entièrement transparent et l'individu peut agir aux mieux de ses intérêts en se basant seulement sur les informations données par les prix relatifs.

L'action empirique des individus n'a pas toujours grand-chose à voir avec le comportement supposé de l'*homo oeconomicus*. Par exemple, les expériences de psychologie économique font apparaître d'une manière récurrente des différences marquées entre les résultats attendus et les résultats observés qui constituent toute une série d'anomalies gênantes pour la théorie économique orthodoxe [Thaler, 1992].

L'apport de la sociologie économique

Conformément à la démarche de la sociologie économique classique, la nouvelle sociologie économique s'intéresse aux conditions de fonctionnement du marché lorsque les deux hypothèses concernant la qualité des biens et le futur sont mises à l'écart. Dès lors, il apparaît que la pure coordination marchande (par les prix) est insuffisante et il faut réintroduire des institutions et des formes différentes de comportement social pour rendre compte de la coordination entre les acteurs.

L'effort de la sociologie économique porte sur la mise au jour et l'étude des formes de coordination qui se mettent en place lorsque fait problème l'évaluation de la qualité des produits. Il peut s'agir de procédures de certification [Cochoy, 2003], d'investissements de forme à l'occasion desquels les entreprises définissent des standards de production [Thévenot, 1987 ; Eymard-Duvernay, 2004], de prescripteurs diffusant des conseils et des informations aux consommateurs [Hatchuel, 1995 ; Karpik, 2000 ; Cochoy, 2003], de réseaux de relations personnelles permettant la diffusion et la vérification des informations pertinentes [Granovetter, 1974 ; DiMaggio et Louch, 1998], de coordination entre organisations autour des objets et des espaces [Cochoy, 2004 ; Dubuisson-Quellier et Neuville, 2004 ; Trompette, 2005]. Ces différentes modalités de coordination

reviennent à réinjecter du social dans le marché ou, plus exactement, à *considérer le fait économique comme un fait social*, redevable donc d'une démarche dans laquelle les apports sociologiques et économiques — par exemple, ceux fournis par les économistes qui s'intéressent à l'asymétrie d'information [Akerlov, 1984] et au marché financier [Orléan, 1992, 2002] ou encore ceux fournis par l'étude de la concurrence imparfaite [Chamberlin, 1927] ou des réseaux industriels [Cohendet, Kirman et Zimmerman, 2003] — peuvent s'épauler pour produire une meilleure compréhension des phénomènes.

L'apport de la sociologie économique est alors double. Premièrement, il s'agit de décrire d'une manière empiriquement solide les dispositifs et les comportements sociaux à l'œuvre dans ces formes de coordination. Dans ce cas de figure, l'approche repose sur *l'étude de la transaction marchande*, c'est-à-dire une description fine des interactions entre les différentes parties prenantes du marché. On peut donc croire que l'on retrouve l'opposition, un peu simpliste mais non dépouillée de sens, entre l'économiste qui élabore des modèles théoriques formalisés et les teste à partir de données fournies par les administrations et le sociologue confronté à la réalité chatoyante de l'empirique, revenant les « mains sales » d'avoir remué toute une poussière de faits pour construire les données avec lesquelles il travaille. Cette opposition ne doit pas masquer l'essentiel. Dès lors que l'on convient de placer les sciences de gestion à l'intérieur de la réflexion économique, la sociologie économique se trouve alors très proche de cette « science de l'action » organisationnelle, donc comme réflexion sur l'action collective [Hatchuel, 2000], en soulignant l'importance du travail concret de configuration du marché. Ce lien entre la sociologie et l'économie par l'intermédiaire des sciences de gestion, de la sociologie des organisations et de la sociologie des sciences, permet de montrer l'importance des techniques de commercialisation sur les transactions marchandes, c'est-à-dire le travail des professionnels du marché [Cochoy, 1999, 2003 ; Cochoy et Dubuisson-Quellier, 2000 ; Dubuisson-Quellier, 1999]. Pas plus que les produits du travail humain ne sont naturellement des marchandises, le « commerce » entre les êtres humains ne fait d'eux des échangistes sur le marché. Il faut un « cadrage » des relations de manière à s'accorder sur ce que l'on laisse de côté et sur ce que l'on tient comme pertinent pour établir une relation d'échange, c'est-à-dire d'équivalence. Le marché est alors un *marché*

rencontre au sens ou les interactions concrètes entre les individus sont au centre de cette démarche.

Deuxièmement, il s'agit d'élaborer des propositions théoriques concernant ces formes de coordination. À ce stade, il ne s'agit plus seulement d'une description différente des faits économiques, mais d'une approche théorique originale qui prend en compte les relations sociales et les dispositifs sociaux dans lesquels ces relations peuvent se nouer. Ces dispositifs de nature variée interviennent à côté des comportements intéressés pour expliquer ce qui se déroule sur le marché conçu comme un fait social.

L'encastrement social des relations marchandes

Dès le milieu du xx^e siècle, s'interrogeant sur l'évolution historique des relations entre le système de marchés et la société, Karl Polanyi (1886-1964) développe un argument original avec la notion d'encastrement social [Polanyi, 1944, 1977].

L'encastrement historique des relations marchandes

Polanyi dénonce une fausse évidence : considérés sous un angle historique, l'« économie » et le « marché » ne sont pas une seule et même chose, et il est faux de penser que la « mentalité de marché » serait valable de tout temps. Il retrouve ainsi des arguments déjà énoncés par Weber ou Simiand lorsqu'il était question des différentes formes d'action économique ; son apport plus original concerne sa critique de l'« erreur économique » (*economic fallacy*). En effet, de ses recherches historiques, il tire une typologie de la circulation des biens satisfaisant les besoins des êtres humains : la réciprocité dont l'exemple est le cycle kula des dons/contre-dons décrits par Bronislaw Malinowsky [1922] et par Mauss [1925] ; la redistribution dont l'exemple est le manoir et le lien seigneurial, celui-là même qu'avait pris Smith dans *La Richesse des nations* ; finalement, l'échange marchand. En confondant la circulation des biens et l'échange marchand, on est amené à confondre la théorie formelle du choix avec le problème de la satisfaction des besoins ; or, dit Polanyi [1977, chap. 2], il s'agit de deux choses différentes. La circulation des biens satisfaisant les besoins suppose une structure institutionnelle, quelle que soit la société considérée. Dans le cas de la réciprocité et de la redistribution,

l'activité économique, pour autant qu'on puisse l'isoler, est encadrée (*embedded*) dans les relations sociales, c'est-à-dire que ces dernières constituent un ensemble d'institutions permettant le fonctionnement de l'aspect économique des relations sociales. En revanche, lorsque l'échange marchand prend la forme d'un système autorégulateur de marchés, l'historien conclut à l'émergence d'une *grande transformation* marquée par le désencastrement des relations économiques vis-à-vis des relations sociales. L'indice d'un tel renversement est fourni par le statut de marchandise qui est attribué à l'individu, à la monnaie et à la terre : l'existence des marchés du travail, de la monnaie et de la terre, l'existence des rémunérations afférentes (salaire, intérêt et rente) montrent que les relations sociales (liées à l'individu), politiques (la monnaie) et écologiques (la terre) sont englobées dans le système de marchés en tant que marchandises fictives et sont désormais traitées selon les canons du monde marchand.

Historiquement, dit Polanyi [1944], la période dans laquelle se déploie pleinement un tel désencastrement est limitée : il la situe, approximativement, entre 1830 (abolition du Speenhamland Act, ensemble de lois coercitives mais protectrices des pauvres en Angleterre) et 1930 (avec la resocialisation de l'économie, que Polanyi voit à l'œuvre, avec inquiétude, dans le national-socialisme allemand).

Aussi suggestive que soit cette approche, elle n'a pas permis à la sociologie économique de trouver un second souffle après la Seconde Guerre mondiale. Les recherches de l'auteur et de ses élèves s'étant tournées vers les sociétés primitives, le concept d'encastrement a été durablement sous-utilisé puisque rapporté à une dimension historique.

L'encastrement structural des relations marchandes

L'apport de Granovetter [2000] se révèle sur ce point décisif. Prenant fait et cause pour le renouvellement de la sociologie économique, il considère que le défaut de l'approche de Polanyi tient à ce qu'elle introduit un clivage non pertinent entre les sociétés primitives, dans lesquelles l'économie serait pleinement encadrée dans les relations sociales, et la société moderne où l'économie serait entièrement désencadrée. Granovetter conçoit les choses d'une manière moins tranchée en faisant valoir l'idée d'un encastrement social relatif y compris dans les sociétés contemporaines les plus soumises à l'ordre marchand. De quoi s'agit-il plus précisément ? Sur la base de recherches

empiriques consacrées au marché du travail et de réflexions plus théoriques sur les réseaux sociaux, il montre que les relations amicales et familiales interviennent d'une manière décisive dans le processus, en apparence tout économique, de recherche d'emploi [Granovetter, 1974]. De telles relations sont révélatrices de l'emprise des cadres relationnel et institutionnel dans lesquels prend place l'action économique, sans laquelle on ne peut comprendre ou évaluer le fonctionnement du marché. Ce faisant, dégagée d'une pure interprétation historique, la notion d'encastrement propose une description originale du soubassement social des relations marchandes ainsi qu'une forme exemplaire des relations sociales assurant la coordination entre les agents sur le marché.

Diverses formes d'encastrement

Depuis son apparition, le concept d'encastrement structural a été soumis au feu de la critique [Chantelat, 2002]. On a souvent cru y trouver une solution de portée plus générale qu'elle ne l'est. Il est utile de retenir plusieurs formes d'encastrement [Zukin et DiMaggio, 1990] à côté de l'encastrement structural, avec l'encastrement culturel, l'encastrement politique et l'encastrement cognitif. Dans chaque forme, l'idée de base est la même qui fait valoir l'importance des considérations sociales sur

Tableau II. Les formes d'encastrement et la sociologie économique

Types de question concernant les relations marchandes	Origine historique	Fonctionnement	Signification culturelle
Formes d'encastrement			
Structural	Secteur de l'électricité	Marché du travail Marché financier	
Culturel	Assurance-vie, enfants, legs		Assurance-vie
Politique	Stratégies industrielles	Tiers secteurs	Dons d'organes
Cognitif	Formes de rationalisation	Dispositifs de cadrage et de calcul	

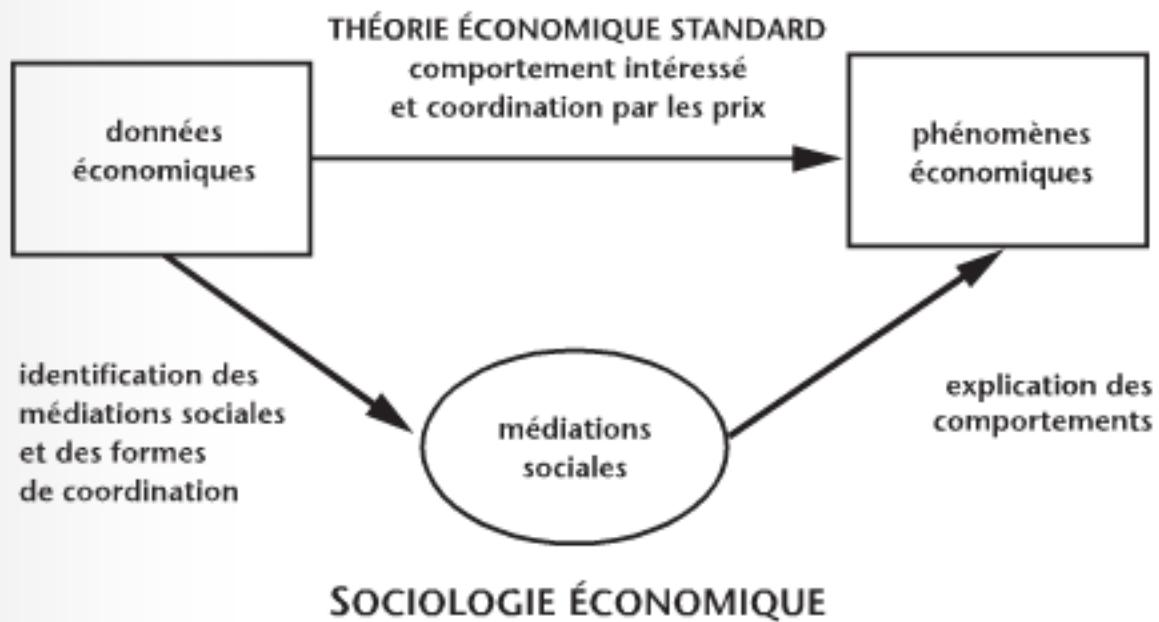
les échanges marchands ; la différence tient à la nature de la médiation ou de la forme de coordination qui est à l'œuvre. Les critiques de l'encastrement structural ont raison lorsqu'ils soulignent que cette forme d'encastrement ne tient pas compte des dimensions politiques, cognitives ou culturelles. Ce n'est pas son objet.

Chacune des différentes formes d'encastrement est mieux adaptée à certaines questions que d'autres. Le tableau II range ces différentes formes en les croisant avec la tripartition wébérienne examinée au chapitre précédent pour classer quelques études typiques de la sociologie économique contemporaine [Steiner, 2002].

La démarche de la sociologie économique

On peut présenter la façon de procéder de la sociologie économique en comparaison avec celle mise en œuvre par l'économiste grâce au schéma suivant.

Schéma I. Sociologie économique et théorie économique



Origines des relations marchandes

Les relations marchandes ne sont pas « naturelles », elles ne sont pas plus données que n'importe quelle autre relation entre les membres d'une société. Comme Weber le dit du travail accompli comme une « vocation » : « Un tel état d'esprit n'est pas un produit de la nature. Il ne peut être suscité uniquement

par de hauts ou de bas salaires. C'est le résultat d'un long processus d'éducation » [Weber, 1905, p. 63].

Lorsque la sociologie économique s'intéresse à l'origine des phénomènes marchands, elle fait porter son attention sur les institutions (au sens large) dans lesquelles baigne la relation marchande et qui la rendent possible. La sociologie économique est alors proche de l'institutionnalisme au sens où des économistes américains, à la suite de Veblen et de John R. Commons (1862-1945), ont considéré que l'économie devait prendre en compte les institutions et habitudes mentales encadrant, c'est-à-dire aussi bien favorisant ou empêchant, les comportements économiques.

Dans un tel cas de figure, l'encastrement politique ou culturel est particulièrement important. Le premier est central dans les études sur les legs et donations en France, comme l'a montré l'étude de Jean-Luc Marais [1999] sur ces transferts de patrimoine avec le soin mis par le législateur pour éviter que les lois de succession ne permettent le retour des structures d'Ancien Régime (droit d'aînesse) et la reconstitution du patrimoine de l'Église. C'est aussi le cas du travail de Neil Fligstein [1990] sur les lois organisant la concurrence au cours du XX^e siècle aux États-Unis. Le second est à l'œuvre dans l'étude de Viviana Zelizer [1979, 1985] concernant la manière dont l'assurance-vie a été difficilement admise comme marchandise jusqu'à la fin du XIX^e siècle aux États-Unis ou bien dans son étude de la marchandisation des soins aux nourrissons au début du siècle suivant dans le même pays. Dans les deux cas, l'auteur montre que les représentations culturelles sont décisives soit pour rejeter, soit pour accepter que des relations marchandes soient présentes au sein des relations intimes (la mort, la prime enfance) et comment interagissent les domaines axiologiques et économiques. Mais l'encastrement structural peut aussi être utile à ce stade en mettant l'accent sur les réseaux construits pour atteindre un objectif précis, comme l'a montré Granovetter dans son étude de Thomas Edison et de la construction sociale du secteur de la distribution de l'électricité aux États-Unis [Granovetter et McGuire, 1996].

Le fonctionnement des rapports marchands

La sociologie économique peut cependant apporter quelque chose de plus qu'une description, aussi nouvelle et pertinente qu'elle soit, de l'origine des relations marchandes. Le statut

emblématique qu'a acquis l'étude pionnière de Granovetter sur le marché du travail tient au fait qu'il montre que l'explication retenue par les économistes est insuffisante pour ne pas tenir compte des médiations sociales par lesquelles passe l'encastrement structural. De même, l'étude de Wayne Baker [1984] sur l'encastrement structural des traders sur la Bourse de Chicago montre combien cette forme de coordination est importante à considérer pour expliquer le fonctionnement du marché et la nature des résultats agrégés passant par ce réseau d'interactions. L'encastrement politique peut lui aussi intervenir à ce stade, comme on le voit dans l'étude dirigée par Jean-Louis Laville et Marthe Nyssens [2001] sur l'aide aux personnes âgées en Europe. La manière dont les associations jouent un rôle dans ce secteur des services dépend des décisions publiques selon qu'elles favorisent ou non l'existence d'une « économie plurielle », articulant le marché, l'État et les associations.

La signification culturelle des relations marchandes

La sociologie économique s'intéresse aux conséquences culturelles de la massification et de l'extension des relations marchandes. L'encastrement cognitif diffère de l'encastrement culturel, ainsi que nous le verrons au chapitre v : il s'agit alors de cerner les conditions qui permettent de réaliser les transactions lorsque font défaut les hypothèses habituelles de compétences calculatoires extrêmes, de connaissance des qualités et des événements futurs. En l'absence de telles hypothèses, il faut examiner comment le marché procède pour calculer [Callon et Muniésa, 2003], pour différencier les produits et certifier les qualités, pour définir le cadre de l'échange et aboutir à une mise en équivalence.

L'encastrement culturel répond à un autre problème : comment le monde des valeurs ultimes (religieuses, politiques, anthropologiques) rencontre le marché lorsque ce dernier devient une forme généralisée de relation sociale ? Les études de Zelizer évoquées plus haut peuvent servir d'illustration. En effet, étudier la difficulté de la commercialisation de l'assurance-vie conduit à se poser la question des modifications axiologiques introduites lorsqu'une nouvelle marchandise fait se rencontrer les relations monétaires et les relations intimes. S'ensuit-il un affaiblissement des valeurs morales ? Observe-t-on un avilissement des individus saisis par ces relations marchandes nouvelles ? Tel n'est pas le cas selon l'auteur qui démontre que

ces relations monétaires nouvelles font l'objet d'un travail symbolique, de telle manière que, au XX^e siècle, la « bonne mort » est celle de l'individu qui laisse à ses proches des ressources par l'intermédiaire de son assurance. Le même type de question peut se poser à propos du don de sang [Titmuss, 1970] et du don d'organes [Steiner, 2004a] de nos jours : quelles seraient les conséquences sur le type d'humanité à venir dès lors que l'on attribuerait des droits de propriété sur le corps et que l'on créerait des marchés d'organes (rein, moelle osseuse) à transplanter ?

III / La construction sociale des relations marchandes

Les anthropologues et les historiens n'ont eu de cesse de le montrer : la relation marchande est inséparable d'une organisation sociale qui la rend possible. Les exemples ont été multipliés sur ce point depuis les travaux de Polanyi [1944] et de son école [Polanyi et Arensberg, 1957]. Peut-on montrer qu'il en est de même dans les sociétés contemporaines ?

La construction sociale des marchés

Comment peut-on rendre compte de l'émergence des marchés ? À cette question, la sociologie économique apporte une réponse généralement admise selon laquelle interviennent largement les facteurs relationnels, politiques, culturels, etc., à côté des facteurs proprement économiques. On peut en prendre la mesure en examinant plusieurs études sur la construction sociale des marchés considérée à des niveaux croissants de généralité : un marché isolé, un secteur dans un pays donné, une comparaison d'un secteur dans deux pays différents.

Toutefois, la construction sociale des marchés n'a pas vocation à s'en tenir au passé seulement. L'examen de la proposition de Robert Shiller, économiste américain spécialiste des marchés financiers, montre que cette approche peut aussi servir à construire de nouvelles formes de marchés et déboucher sur ce que l'on pourrait appeler une sociologie économique appliquée.

Le marché aux fraises en Sologne

Jusqu'au début des années 1980, la commercialisation des fraises en Sologne passait par l'intermédiaire de commerçants locaux (courtiers) ou de mandataires des commerçants en gros de Rungis [Garcia-Parpet, 1986]. Ceux-ci achetaient aux agriculteurs avec lesquels ils étaient en relation toute leur production avant la récolte. Le prix de vente était indéterminé au moment de la cession car il dépendait des prix auxquels le produit s'écoulerait sur le marché de gros, en revanche les courtiers octroyaient des avances de fonds aux producteurs ; la relation marchande était ainsi fortement marquée par les relations personnelles. Les coopératives n'offraient pas une alternative en termes de commercialisation puisqu'elles dépendaient elles aussi des courtiers et des mandataires pour l'écoulement de la production. La commercialisation des fraises mettait donc face à face des intermédiaires économiquement puissants (peu nombreux, maîtrise du circuit de commercialisation d'un produit fragile, capacité à faire des avances monétaires) et des producteurs en position de faiblesse (plus nombreux, hétérogénéité des situations en termes d'implication dans la production de fraises et de qualité de la production). En conséquence, la formation des prix ne semblait pas très favorable à ces derniers.

Comment les choses ont-elles évolué ? Selon l'auteur, le phénomène déclenchant revient à l'action d'un conseiller de la chambre régionale d'agriculture et d'un petit nombre d'agriculteurs « modernistes » dont la fraise était la production principale. Le premier, dont il faut remarquer qu'il avait suivi une formation universitaire en économie, a joué un rôle important en matière institutionnelle lorsqu'il s'est agi de prendre contact avec les organisations professionnelles ou administratives, de définir le cadre juridique dans lequel le marché pouvait être établi et, enfin, de présenter les avantages (pouvoir de négociation restauré, transparence des transactions) que les producteurs étaient en mesure d'attendre de la création d'un marché. Les agriculteurs intéressés par cette perspective étaient déjà spécialisés dans le produit et dans la production des plans de fraisiers. Ce dernier volet de leur activité les amenait à entrer en relation avec des producteurs d'autres régions et, ainsi, à prendre conscience des potentialités en matière d'amélioration de la culture et de commercialisation des fraises.

Toutefois, pour qu'un marché existât, il fallait convaincre les distributeurs de se présenter comme demandeurs sur le nouveau

marché et les producteurs de venir offrir leur production. Nombre de distributeurs refusèrent ce système qui menaçait de les déposséder de leur suprématie ; toutefois, les négociations menées à ce propos révélèrent des différences entre les distributeurs. Certains courtiers locaux y virent l'occasion de développer leur activité sur une production qui, étant directement vendue aux mandataires de Rungis, leur échappait ; d'autres distributeurs y virent l'occasion de compléter leur offre jusque-là centrée sur un autre produit (l'asperge). Pour les producteurs, les choses n'étaient guère plus simples car il leur fallait surmonter les inquiétudes liées au manque d'informations, mais aussi tenir compte du fait que le choix de tel ou tel mode de commercialisation mettait en question les relations personnelles ou politiques (par exemple, tel producteur, maire d'un village, était le créateur d'une coopérative). Des voyages furent organisés dans le cadre du Syndicat des producteurs de fraises pour observer le fonctionnement de marchés identiques (dits « marchés au cadran ») à celui que l'on projetait et des campagnes d'information en direction des agriculteurs furent mises en place. Bref, la création d'un marché, c'est-à-dire, pour parler comme Marshall, d'une offre et d'une demande qui se rencontrent en un lieu particulier, n'est pas une mince affaire : elle est issue d'un important travail de la société sur elle-même et ne peut pas être considérée comme le résultat spontané, allant de soi, du seul comportement intéressé des agents.

En 1982, le marché a commencé à fonctionner dans une école désaffectée ; un an plus tard, un local neuf était construit ; le marché au cadran solognot avait acquis son autonomie administrative et financière vis-à-vis du Syndicat des producteurs de fraises. En termes de prix, la situation des producteurs s'est améliorée puisque les prix solognots sont désormais égaux ou supérieurs aux prix moyens nationaux ; l'amélioration est aussi sensible en termes de qualité et d'homogénéisation de la production. En effet, le fonctionnement du marché demandant la présentation des lots pour que les acheteurs puissent se déterminer, il en résulte que les producteurs sont eux aussi en mesure de comparer les résultats de leurs cultures et de s'informer des améliorations possibles.

Une fois l'impulsion initiale donnée, la construction sociale du marché ne s'évanouit pas. Marie-France Garcia-Parpet souligne qu'il convient de s'assurer que les distributeurs mis en situation de concurrence ne forment pas des regroupements destinés à dominer le marché. Il faut s'assurer que les

producteurs ne se comportent pas d'une manière opportuniste, pour profiter des différents modes de commercialisation (vendant un jour sur le marché, traitant avec un mandataire un autre), ce qui affaiblirait l'ensemble des producteurs vis-à-vis des distributeurs. Il faut aussi faire en sorte que, après la réalisation des ventes (en silence : les vendeurs étant dans une salle, les acheteurs dans une autre, les transactions étant suivies sur un tableau électronique), les producteurs ne se laissent pas aller à proférer des menaces, rompant avec le climat de bonne entente nécessaire au fonctionnement du marché.

Le secteur de l'industrie électrique aux États-Unis

La même problématique s'applique lorsqu'on passe du marché isolé à la branche d'industrie, comme le montre une série d'études sur l'origine du secteur de l'industrie électrique aux États-Unis à la fin du XIX^e siècle [McGuire, Granovetter et Schwarz, 1993 ; Granovetter et McGuire, 1998]. La question posée par les auteurs est celle-ci : pourquoi ce secteur s'est-il développé autour de centrales électriques distribuant le courant aux consommateurs et aux entreprises plutôt qu'autour de générateurs locaux à partir desquels les utilisateurs produiraient eux-mêmes leur courant ? La première solution était celle de Thomas Edison, l'inventeur de l'ampoule à incandescence, alors que la seconde était favorisée par ceux qui avaient financé ses recherches et qui, par ailleurs, avaient des intérêts dans les industries produisant les générateurs locaux.

Pour un économiste, la réponse serait que la technologie la plus efficace s'est finalement imposée : parce qu'elle était la plus efficace d'un point de vue économique, l'électricité a progressivement supplanté les autres formes d'éclairage (au gaz notamment) et, pour la même raison, la centrale a supplanté les générateurs locaux. Faisant la part belle à l'idée d'efficacité, cette réponse néglige le système de relations sociales à l'œuvre au moment où intervient une succession de décisions dont le secteur électrique américain résulte. En d'autres termes, la réponse de l'économiste fait l'impasse sur les médiations historiques et sociales concrètes par lesquelles les résultats économiques sont obtenus.

Si on considère l'affaire selon la perspective de la sociologie économique, le résultat ne dépend pas d'une manière décisive de l'efficacité de la technologie retenue : il aurait été bien difficile aux acteurs du moment d'évaluer raisonnablement laquelle des

trois solutions serait la meilleure dans le long terme. L'éclairage au gaz fonctionnait bien ; par ailleurs, les puissants financiers américains soutenant les recherches d'Edison s'opposaient à lui sur la stratégie de distribution de l'électricité, alors que la technologie qui avait sa faveur demandait de très lourds investissements.

L'examen historique met en évidence l'importance des relations personnelles, puis du réseau de relations existant autour du personnage central de l'affaire, Edison. Celui-ci n'était pas un inventeur isolé, il employait plusieurs centaines de chercheurs et d'inventeurs dans ses laboratoires ; de plus, il avait une fortune personnelle considérable (grâce à ses innovations dans les télécommunications — téléphone et télégraphe) et de très importantes relations avec les milieux financiers, notamment allemands, par l'intermédiaire de son secrétaire Samuel Insull. Aussi on peut comprendre qu'Edison ait pu tenir tête à des financiers de la taille de J. P. Morgan avant que celui-ci ne s'empare financièrement des entreprises créées par Edison. Même un financier de dimension internationale est contraint par les choix techniques (existence de centrales électriques distribuant le courant auprès de larges populations), organisationnels (avec la création d'un secteur industriel fabriquant les générateurs des centrales et la gamme de produits qui l'accompagnait) et interorganisationnels (notamment financiers entre les deux secteurs précédents) qui constituent autant d'éléments concrets expliquant la formation du secteur de l'électricité aux États-Unis. Aucune de ces dimensions n'était économiquement inévitable, mais une fois en place, elles se sont imposées aux acteurs les plus puissants.

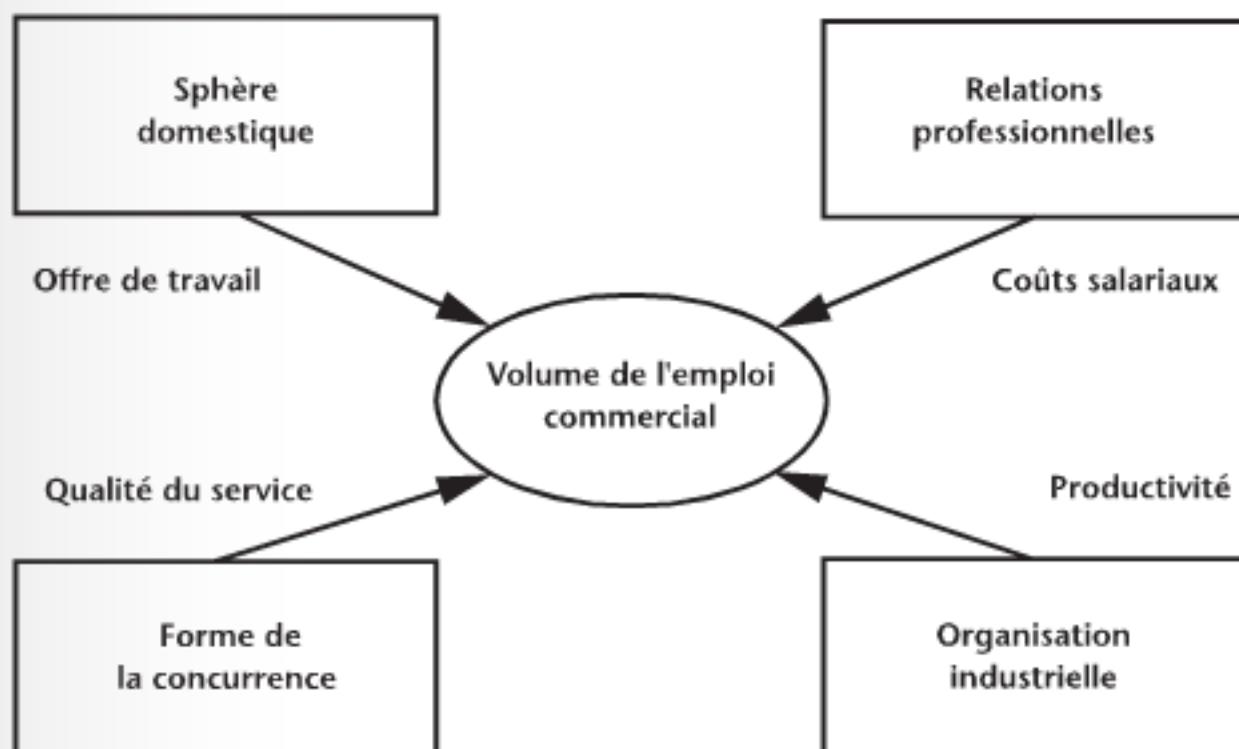
Les relations personnelles et le système de relations sociales autour de l'acteur central de cette histoire jouent un rôle important sans qu'intervienne d'une manière prépondérante la question de l'efficacité économique. Premièrement, les membres de ce réseau étaient massivement présents parmi ceux qui dirigeaient les entreprises électriques du groupe ; deuxièmement, ils se sont révélés très actifs dans les instances nationales du secteur et une majorité des communications aux réunions annuelles des firmes du secteur électrique était leur fait ; finalement, de par sa capacité d'expertise, ce réseau pesait sur la façon dont les problèmes étaient envisagés lorsqu'une ville souhaitait mettre en place un éclairage électrique.

Le commerce de détail : le contraste France/Japon

Un dernier exemple va permettre d'illustrer ce que l'on appelle un effet sociétal au niveau de la construction sociale des relations marchandes. Comparant le secteur des services dans le commerce de détail en France et au Japon [Gadrey, Jany-Catrice et Ribault, 1998], les auteurs partent de la constatation suivante : alors que la structure nationale des emplois est très proche entre des pays comme la France, le Japon et les États-Unis, un écart sensible apparaît dans le secteur du commerce : au début des années 1990, ce secteur représente 13 % de l'emploi total en France et 19 à 20 % dans les deux autres pays. L'écart se réduit lorsqu'on prend en compte les différences entre les pays en termes de population, de niveau de vie ou de durée du travail, mais elle ne disparaît pas (9 % de l'emploi en France contre 12 à 13 % au Japon et aux États-Unis) ; aussi des économistes sont-ils amenés à suggérer qu'une baisse des coûts salariaux (plus élevés en France que dans ces deux pays, pour les emplois de faible qualification) permettrait une multiplication des « petits boulots », comme il s'en trouve au Japon ou aux États-Unis, puisque, ramenée au niveau de la population française, la réduction de l'écart constaté dans les structures d'emploi amènerait la création de 1,6 million d'emplois. L'habileté de la réponse des auteurs tient au fait qu'ils montrent que ce raisonnement est défectueux car il néglige l'interdépendance des faits sociaux ainsi que les rapports sociaux concrets sans lesquels le volume d'emploi du secteur du commerce de détail ne peut être compris.

Le volume d'emploi dans le commerce de détail dépend de quatre facteurs socio-économiques interdépendants : la famille, la relation commerce-consommateur, les relations professionnelles et l'organisation industrielle du secteur (schéma II). Le secteur du commerce de détail est, au Japon comme en France, fondé sur des grandes surfaces, mais au Japon il y a aussi un réseau dense de magasins de proximité dont l'organisation demande une main-d'œuvre plus abondante pour un même volume de ventes. Les attentes des consommateurs en matière de service à la clientèle comme ce qu'ils acceptent de payer, directement ou indirectement, à ce titre sont importantes à considérer. De ce point de vue, il est significatif que la concurrence porte au Japon sur la qualité des services rendus plutôt que sur les prix, à l'inverse du cas français. Il faut aussi tenir compte de l'organisation de la sphère domestique qui diffère

Schéma II. Socio-économie du volume d'emploi dans le commerce de détail



Source : J. Gadrey, F. Jany-Catrice, T. Ribault, 1998, chap. 4.

considérablement au Japon et en France : au Japon, l'épouse ne peut guère accéder à un travail salarié à plein temps, elle est donc plus facilement tentée par une activité à temps partiel dans des magasins proches du domicile. De plus, la qualité du service, notamment pour ce qui concerne les préparations de produits alimentaires frais, rend fonctionnelle cette main-d'œuvre issue de la sphère domestique. Finalement, les relations professionnelles interviennent : les employés réguliers, bien payés, peuvent seuls espérer faire carrière, ce sont eux qui assurent les longues journées et les incertitudes horaires ; les employés à temps partiel, essentiellement des femmes, sont moins bien rémunérés, mais ont des horaires fixes et certains ne mettant pas leur rôle domestique traditionnel en péril.

Au total, l'étude de Jean Gadrey et de ses collaborateurs fait apparaître un système d'interactions sociales entre des variables sociétales qui interdit de penser que la seule modification du paramètre « coût horaire du travail peu qualifié » suffirait à modifier considérablement le volume d'emploi dans le secteur du commerce de détail. En effet, tant que les autres éléments de ce système de fonctions sociales restent inchangés, une baisse des charges patronales peut se limiter à un effet d'aubaine pour

les employeurs, sans modifier d'une manière décisive le volume de l'emploi.

Construction sociale des relations marchandes et néo-institutionnalisme

Les exemples qui viennent d'être rapportés soulignent l'importance des relations et des institutions sociales dans la mise en place des relations marchandes. Elles jouent un rôle significatif dans l'émergence d'un marché isolé (cas du marché au cadran en Sologne), dans l'organisation d'un secteur industriel (cas du secteur électrique aux États-Unis) ou dans le fonctionnement du commerce de détail (cas de la détermination du volume d'emploi au Japon). Ce sont là autant d'exemples de « construction sociale de l'économie » : il en ressort qu'une description scientifiquement satisfaisante de l'émergence des relations marchandes ne peut se dispenser de l'apport de la sociologie économique. D'ores et déjà, celle-ci prend ses distances vis-à-vis de la théorie économique moderne lorsque celle-ci prétend rendre compte des formes institutionnelles en termes *purement* économiques, comme c'est le cas de l'économie néo-institutionnaliste.

Ce qui ressort de l'étude sur l'origine du secteur électrique américain ne cadre pas avec les hypothèses du néo-institutionnalisme : peut-on dire que le choix entre les deux modalités de production et de distribution de l'électricité aux ménages américains au début du siècle est conforme à un calcul rationnel en termes d'efficacité économique ? Cela paraît d'autant moins probable que la réalisation de tels calculs supposerait une connaissance hors du commun de l'ensemble du système social, des différentes options existant et une maîtrise calculatoire dont Herbert Simon [1976, 1978] a depuis longtemps montré les bornes en matière de théorie de la décision.

Toutefois, les exemples dont nous venons de rapporter les traits essentiels pour marquer les limites de la théorie économique moderne ne contredisent pas nécessairement tous les apports de cette dernière. Lorsque Garcia-Parpet explique la formation du marché aux fraises en Sologne, elle montre que l'apparition de ce marché libère les agriculteurs des relations sociales contraignantes avec les négociants. À cet égard, la construction sociale des relations marchandes confirme la vision de Smith et de Marx [Marx et Engels, 1848] selon laquelle le marché libère les individus du joug des relations personnelles qui pèsent sur eux : le marché, dans nombre de cas, est libérateur

La théorie économique néo-institutionnaliste des coûts de transaction

C'est le travail de Ronald Coase [1937] qui a fondé cette approche en expliquant l'apparition de firmes sur le marché par le fait que les transactions à l'intérieur de cet espace non marchand sont moins coûteuses à réaliser que des transactions marchandes. L'efficacité économique est ainsi à la base de l'arbitrage entre deux modes de coordination des relations : marché ou hiérarchie (la firme). Pousant l'argument plus loin, sur la base de comportements économiques décrits en termes de rationalité limitée et d'opportunisme, Williamson [1985] a appliqué ce principe à la sélection entre différentes modalités organisationnelles. En effet, selon lui, la forme de la structure marchande dépend de la nature des transactions : le calcul des agents incorpore les coûts de la transaction elle-même, c'est-à-dire, finalement, les coûts associés aux relations sociales qui accompagnent les transactions marchandes dans le cas où le bien est très spécifique (comme c'est le cas d'une usine vendue « clés en main ») et dans celui où l'échange est fortement affecté par de l'incertitude (par exemple, sur la qualité réelle du produit). L'efficacité économique est alors le point central sur lequel repose l'explication des formes d'organisation économique.

La sociologie économique entretient des relations ambiguës avec l'économie des coûts de transaction. Cela provient sans doute du fait que la sociologie économique a, historiquement, partie liée avec la théorie économique institutionnaliste de Veblen [Gislain et Steiner, 1995] dont les intuitions sont toujours présentes dans la théorie institutionnaliste contemporaine. Par ailleurs, les

hypothèses de rationalité limitée, d'opportunisme et de réduction des incertitudes sur la qualité sont fréquemment mises en œuvre par la sociologie économique. Aussi, certains sociologues considèrent-ils que cette approche a sa place dans le renouveau du domaine [Smelser et Swedberg, 1994]. D'autres, sensibles aux problèmes que recèle le raisonnement en termes d'efficacité (mise à l'écart des relations de pouvoir, ambiguïtés quant aux objectifs poursuivis par les acteurs), en soulignent les limites et font valoir une approche sociologique fondée sur la *reproduction* des structures sociales [Oberschall et Leifer, 1986]. Dans cette veine, l'étude de Robert G. Eccles et Harrison C. White [1988] sur les transactions entre centres de profit d'une même firme (comme cela peut être le cas d'une entreprise qui a procédé à une intégration verticale) montre quelques-unes des difficultés auxquelles se heurte la théorie des coûts de transaction. Deux résultats problématiques apparaissent : premièrement, les transactions internes sont plus difficiles à gérer que les relations marchandes (ce qui contredit l'idée même d'un choix entre formes d'organisation selon un principe de minimisation des coûts de transaction) ; deuxièmement, quelle que soit la modalité retenue de fixation des prix dans ces transactions, elles engendrent des conflits dont les auteurs soulignent le caractère fonctionnel pour la haute hiérarchie puisque ces conflits mettent à la disposition de celle-ci des informations sur la gestion des différents centres de profit qu'elle aurait du mal à obtenir autrement.

en permettant à des agents d'acquérir leur indépendance sociale. Si l'on rajoute à cela que, pour certains producteurs au moins, les cours se révèlent supérieurs grâce au marché au cadran, on peut sans difficulté admettre que la construction sociale des relations marchandes tient compte des comportements intéressés des agents que suppose la théorie économique. De même, lorsque Patrick McGuire, Granovetter et Michael Schwarz expliquent la formation du secteur électrique aux États-Unis, ils mettent en œuvre l'idée de « dépendance de sentier » ; une idée bien implantée dans la théorie économique contemporaine selon laquelle il existe des processus dont le point d'arrivée dépend du chemin que l'on suit pour parvenir au but. En effet, il est parfois préférable de continuer dans une voie donnée même si elle n'est pas la meilleure, tout simplement parce que le fait d'adopter une voie nouvelle, fût-elle plus rationnelle, serait d'un coût très élevé compte tenu des habitudes sédimentées dans la technologie, les usages sociaux, etc. L'exemple classique est fourni par le clavier des machines à écrire dont la première ligne commence par QWERTY (AZERTY pour les Français) : à la fin du XIX^e siècle, ce standart a été mis en place d'une part pour limiter les risques de chevauchement entre les tiges porteuses des différentes lettres au point de frappe et d'autre part pour que la première rangée permette de faire une démonstration aisée devant le client en tapant « type writer ». Depuis, malgré l'invention de technologies éliminant le problème initial de chevauchement, malgré la démonstration répétée de l'efficacité plus grande de claviers mieux conçus (en 1940, une expérience menée par l'armée américaine montrait que les opérateurs étaient 40 % plus rapides et que le coût de leur réapprentissage était amorti dès la première semaine), le clavier initial perdure [David, 1985].

La construction de méga marchés d'assurance

Shiller [1993] a proposé de créer des méga marchés (*Macro Markets*) dont le but serait d'assurer contre les risques affectant des pans essentiels de l'existence des individus, comme l'emploi et les flux de revenus pendant le cours de la vie ou la valeur du logement. Cette proposition repose sur la théorie moderne de la finance ainsi que sur la construction d'indices statistiques complexes. Elle repose aussi sur le fait que les agents ont intérêt à s'assurer contre des évolutions dont ils peuvent être victimes. Shiller est tout à fait conscient de la dimension institutionnelle

de la proposition qu'il énonce et du travail que la société devrait exercer sur elle-même pour la création de tels marchés, avec :

- 1) *une implication de l'État*. Comme dans les autres secteurs de l'assurance [Esping-Andersen, 1990 : chap. 4], l'État intervient pour encourager ou obliger les organisations à s'assurer contre les nouveaux risques et financerait les chercheurs capables de développer les séries et les indices statistiques nécessaires au fonctionnement de tels marchés. Compte tenu de la dimension politique profonde de ce projet, l'implication de l'État passe par une large discussion publique car la création de ces méga marchés modifie la relation entre la « vie bonne » (c'est-à-dire s'assurer contre des risques nouveaux) et la richesse ;
- 2) *la formation d'un consensus entre les experts et l'action concertée des institutions*. Les « faiseurs d'opinion » que sont les commentateurs dans les médias, les conseillers financiers et fiscaux, les avocats et les juristes, sont importants à prendre en compte. Mais outre ce travail d'accord sur les principes, Shiller évoque aussi le rôle d'intermédiaire que devraient prendre les organisations comme les compagnies d'assurances, les gestionnaires de fonds de pension, les syndicats professionnels, les organisations susceptibles de lancer le marché avant que les particuliers n'y interviennent directement ;
- 3) *l'éducation du public*. C'est certainement le point le plus complexe puisqu'il s'agit de former des individus dont les attentes et les aspirations seront sensiblement différentes après un tel travail. C'est ici que l'on peut observer le mieux l'idée selon laquelle l'intérêt économique n'est ni un fait naturel, donné une fois pour toutes, ni une ressource simple à mettre en œuvre. Ce qui est attendu des individus est qu'ils raisonnent en termes d'indices nouveaux que Schiller propose de créer, de même que nombreux sont à présent les individus capables de raisonner et de tenir pour évidents 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*.

Le travail que la société produit sur elle-même pour construire les marchés fait de ceux-ci des institutions au sens de Durkheim et de Veblen. Ce sont des manières de faire, de penser et de sentir que les individus trouvent déjà présents dans la société ; elles déterminent l'appréhension du monde social et les pratiques, lesquelles modifient en retour les institutions marchandes. On va chercher à le montrer en examinant certains marchés « spéciaux », ceux sur lesquels circulent les « pseudo-marchandises » au sens de Polanyi : la monnaie et le travail.

La monnaie et la finance comme institutions sociales

La monnaie est profondément liée à l'organisation politique des sociétés contemporaines [Cartelier, 1996 ; Aglietta et Orléan, 1998], ne serait-ce que parce que les différents États se sont progressivement assurés du monopole d'émission de la monnaie dans leur espace politique. Les problèmes politiques et sociaux soulevés par la création de la monnaie unique en Europe en sont un indicateur très clair [Servet, 1998]. Cette dimension sociopolitique fondamentale se retrouve lorsqu'on examine des domaines moins spectaculaires en apparence comme c'est le cas des systèmes d'échange locaux (SEL) dans lesquels des services et des biens circulent parmi une communauté — assez réduite en général — d'individus liés par le souhait de vivre autrement que par l'intermédiaire de relations marchandes. À cet effet, ils créent et utilisent des instruments de compte aux noms pittoresques (« pignon », « grain », « pavé », etc.) dont la qualité monétaire tient en grande partie au fait que le groupe social est défini par l'usage de cet intermédiaire de transaction [Servet, 1999].

Depuis longtemps, la monnaie a fait l'objet d'une attention soutenue de la part de sociologues économistes comme Simmel [1900] ou Simiand [1934] qui ont souligné le rôle de la confiance, ou de la foi dans le futur, lors des transactions monétaires. L'usage social de la monnaie est une dimension importante de la sociologie économique.

Les usages sociaux de la monnaie

Vivianna Zelizer [1994] pose d'emblée un problème décisif : avec la monétarisation des activités économiques, les relations sociales sont massivement soumises aux impératifs de calcul et de contrôle véhiculés par la monnaie qui apparaît comme le symbole de la dépersonnalisation de la vie moderne. Pour autant, peut-on croire, demande l'auteur, que la monnaie soit un vecteur si puissant qu'il anéantisse sans merci les relations sociales ? La monnaie n'est-elle pas elle-même prise dans les rets des relations sociales qu'elle est censée transformer irrémédiablement ?

En s'appuyant sur une enquête historique des usages sociaux de la monnaie aux États-Unis, Zelizer montre que des opérations de marquage social de la monnaie sont nombreuses et infléchissent d'une manière décisive les usages possibles de celle-ci. Cela

n'est pas dû à une particularité historique ou nationale puisque la même conclusion ressort des enquêtes de Michèle Salmona [1998] sur les usages monétaires des ménages français des années 1970. Le résultat principal peut s'énoncer ainsi : la monnaie perd de sa liquidité, car le marquage social attribué à telle somme de monnaie la rend impropre à certains usages, au point que l'on peut parler au sein d'un ménage de monnaies à but spécifique, de même que les marchands du XVII^e siècle faisaient usage de différentes monnaies métalliques (or/argent) selon les commerces lointains qu'ils entreprenaient.

Prenons l'exemple de ce qui se passait au sein des ménages américains au début du XX^e siècle. Dans les classes moyennes et supérieures, l'épouse ne travaillait pas et n'avait donc pas de revenus propres. Elle dépendait de son mari tout en ayant pour rôle de tenir le ménage, donc de gérer avec soin les dépenses qui s'y rattachaient. De ce fait, au sein du ménage, la monnaie devenait l'enjeu d'une relation sociale délicate. Il y a bien sûr toute une dimension de rapport de pouvoir : comment les rapports conjugaux à l'intérieur d'un ménage appartenant à une société démocratique, et égalitaire, allaient-ils pouvoir s'articuler avec une relation aussi inégalitaire et décisive ? À côté des stratégies interpersonnelles de persuasion ou des prélèvements opérés dans les fonds de poches masculins, Zelizer rapporte certaines des solutions envisagées. Au lieu de versements irréguliers du mari lorsque l'épouse en fait la demande, un système de revenus hebdomadaires ou mensuels versés par le mari s'est mis en place. La « bonne monnaie domestique » devient la monnaie reçue sans qu'il y ait besoin d'en faire la demande, socialement humiliante. Cela laisse entière la délicate question du montant du revenu : sur quel budget devait-il être défini ? Les dépenses « superflues » des épouses « dépensières » devaient-elles entrer en ligne de compte ? Sur quelles « performances » ménagères pouvaient-elles être fondées ? Le compte bancaire commun aux deux époux semble une solution plus adaptée qui échappe à la difficulté du montant du revenu domestique de l'épouse, et qui définit une nouvelle forme de monnaie domestique à la disposition (relative) des épouses.

Reste à considérer la spécificité que les rapports domestiques imposent à la monnaie. En d'autres termes, la diffusion des rapports monétaires à l'intérieur du ménage signifie-t-elle que tout est désormais rapporté à une grandeur monétaire, « aux eaux glacées du froid paiement au comptant » ainsi que Marx et Engels l'écrivaient au milieu du XIX^e siècle ? Zelizer montre que

cette thèse ne peut pas être acceptée sans d'importantes réserves. En effet, la définition de monnaies domestiques distinctes selon la personne qui en dispose et selon les dépenses auxquelles elles sont affectées entraîne un marquage social de la monnaie : désormais, un franc n'est plus forcément égal à un franc ou, pour le dire autrement, il n'y a plus une liquidité parfaite des unités monétaires présentes au sein d'un même ménage. La monnaie domestique à la disposition de l'épouse ne pourra pas devenir une monnaie à la disposition d'un autre membre de la famille ; son origine sociale, c'est-à-dire ici la manière dont l'épouse en acquiert la disponibilité, en fait une monnaie spéciale.

Le processus de marquage social peut concerner le même individu. Il n'est pas sans exemple de trouver des personnes qui préfèrent se passer d'une dépense donnée pour la raison que les ressources monétaires dont elles disposent ont été marquées socialement, par leur origine ou par une opération mentale de préaffectation. En raison de ce phénomène de ségrégation des dépenses [Thaler, 1992, chap. 2], l'utilité marginale retirée de chaque unité monétaire n'est plus toujours la même. Les ménages anglais pauvres qui, ayant plusieurs comptes bancaires, opèrent un marquage social en affectant un compte aux dépenses courantes (alimentation, factures d'électricité, etc.) et un autre aux dépenses exceptionnelles (loisirs, épargne) [Chattoe et Gilbert, 1999] en sont un exemple. La même idée ressort des études sur la transmission héréditaire des biens [Gotman, 1988 ; Leonini, 1995] : comme on peut s'y attendre, certains biens (« de famille ») sont fortement marqués par leur origine, mais il est hautement significatif de constater que cela est aussi vrai de la monnaie héritée. L'usage de celle-ci se distingue de l'usage de la monnaie reçue à titre de salaire ; la dépense s'inscrit dans une dimension symbolique importante où on recherche comme un accord avec ce qu'aurait pensé le défunt, en faisant une dépense extraordinaire destinée à lui faire honneur ou plaisir, ou une dépense dans un bien durable, à moins que l'on ne la transmette directement à la génération suivante qui n'est pas, elle non plus, malgré son plus grand éloignement, à l'abri des relations sociales marquant l'usage de la monnaie.

Sans doute faudrait-il encore approfondir le sujet pour connaître les circonstances dans lesquelles un marquage social donné est abandonné au profit d'un autre de telle manière que la monnaie actualise sa potentialité corrosive sur les échanges symboliques [Bourdieu, 1994] en s'imposant comme un moyen neutre au point d'échapper momentanément aux usages

sociaux ; toutefois, l'approche de Zelizer montre que la monnaie est, elle aussi, construite socialement au travers des relations qui structurent la vie domestique.

Les marchés financiers

Situés aux antipodes des comportements domestiques, souvent considérés comme l'exemple par excellence du marché pur, les marchés financiers offrent le moyen de montrer que sur ces marchés aussi il existe un processus intense de construction sociale des relations marchandes. Deux résultats majeurs ressortent de la sociologie économique récente : une étude de Wayne E. Baker [1987] montre que, selon les caractéristiques sociales des participants aux marchés financiers et monétaires, selon la nature des opérations (spéculation ou couverture de risques dans des opérations à terme), le même produit (devises ou titres) change de signification : pour les acteurs puissants il est un substitut de la monnaie alors que cela n'est pas le cas pour des acteurs périphériques. Comme dans l'approche de Zelizer, le travail de Baker montre que les positions sociales définissent des usages différents des monnaies et des produits financiers. De son côté, Mitchell Abolafia [1996, 1998] montre en détail comment les comportements des courtiers sur les marchés financiers américains (New York et Chicago) sont le résultat d'une construction sociale. Son étude est une démonstration documentée et précise justifiant cette affirmation classique de Weber [1905, p. 14-15] : « La "soif d'acquérir", la "recherche du profit", de l'argent, de la plus grande quantité d'argent possible n'ont en eux-mêmes rien à voir avec le capitalisme. [...] Le capitalisme s'identifierait plutôt avec la domination, à tout le moins avec la modération rationnelle de cette impulsion irrationnelle. »

Le comportement des courtiers est conforme à l'idée que l'on se fait de l'*homo oeconomicus* : le comportement est caractérisé par le suivi et l'examen attentifs d'un flot continu d'informations, par la gestion rationnelle des incertitudes marchandes ainsi que par des enjeux économiques importants dont le sort personnel du courtier dépend étroitement et en premier lieu des salaires et des primes qui ont été très importantes dans les années 1990 [Godechot, 2001]. La question se pose pourtant de savoir comment cela se traduit dans la pratique quotidienne et, surtout, de savoir quelles sont les limites fixées devant un tel comportement pour maîtriser « rationnellement l'impulsion irrationnelle » de la recherche du gain monétaire maximal. En

effet, de par leur situation d'intermédiaires, les courtiers disposent souvent d'informations rendant profitable un comportement opportuniste allant contre l'intérêt de leurs clients ou partenaires, voire contre l'intérêt de l'ensemble de la profession (maintien du marché). Plus concrètement, l'opportunisme veut dire qu'un courtier opérant sur un marché dérivé (*futures*), où les transactions se font en direct entre professionnels, cherche à renégocier telle ou telle transaction passée avec un de ses collègues au moment de solder le marché. Dans d'autres cas, sachant que son client va se porter acquéreur d'un volume important d'un titre, le courtier en achète à l'avance (puisque c'est lui qui doit faire la transaction pour son client) et le lui revend plus cher suite à la hausse des cours qu'entraîne la hausse de la demande de ce titre. Cet opportunisme est d'autant plus tentant, explique Abolafia, que la limite qui le sépare d'un comportement intéressé agressif est floue, que les avantages à court terme sont énormes, que les informations qui passent entre les mains des courtiers leur en donnent les moyens et que les contraintes et les contrôles sont limités.

L'enquête de type ethnographique de l'auteur montre que le « marché », c'est-à-dire les autres courtiers et les intervenants extérieurs, tolère l'opportunisme, tout en s'efforçant d'en limiter les excès. Dans les marchés où les transactions se font entre professionnels (les *market makers* sur les marchés dérivés par exemple), l'opportunisme est contrôlé par les effets de réputation négatifs qu'il entraîne et les pressions du groupe sur le comportement déviant. Lorsque les transactions ne font pas intervenir de relations de face-à-face, le contrôle est plus formel et différentes instances sont chargées de réguler le fonctionnement du marché, de régler les conflits opposant les professionnels, voire de définir les positions (spéculatives) autorisées dans le cas de crises importantes. Il arrive même que les autorités monétaires (la FED) interviennent lorsqu'une spéculation exceptionnelle — comme celle sur l'argent-métal en 1987 — met en danger l'existence du marché (les professionnels, à court de liquidité, devaient emprunter à des taux très élevés) en demandant aux banques de fournir de la liquidité au marché et aux autorités financières de bloquer les positions spéculatives.

De tels processus sociaux de contrôle ne constituent pas une ossature institutionnelle que l'on pourrait considérer comme une limite « frictionnelle » au déploiement du comportement économique rationnel. Abolafia insiste au contraire sur le fait qu'ils contribuent à définir ce qu'est le comportement

économique rationnel au travers de la définition de la différence entre l'opportunisme et ce qui est considéré comme un comportement intéressé agressif acceptable. D'ailleurs, la mise en évidence d'un cycle de l'opportunisme en est un bon indice : après une crise grave qui renforce la pression exercée par les contrôles informels et formels, l'opportunisme décroît, le contrôle ensuite, en conséquence de quoi l'opportunisme qu'engendrent les marchés reparaît jusqu'à ce qu'une crise vienne remettre les contrôles au premier plan.

Marché du travail et relations sociales

Marx [1867] avait fondé sa critique de l'économie politique en expliquant comment les rapports sociaux de production étaient à l'origine de la création du surplus économique (la plus-value). Si les sociologues économistes ne l'ont pas suivi dans cette voie et ont plutôt déplacé l'accent sur les conflits à propos du salaire et des rendements [Simiand, 1932], il n'en reste pas moins que la sociologie du travail a toujours été un lieu de prédilection pour une forme de sociologie économique. Déplaçant le point de focalisation de la recherche, Granovetter [1974] innove en posant une question simple : de quelle manière les individus trouvent-ils leur emploi ?

Comment trouve-t-on un emploi ?

Sans parler des économistes insatisfaits par une représentation théorique laissant largement inexplicite la persistance d'un chômage de masse sur plusieurs décennies, la sociologie économique étudie la recherche d'emploi en posant la question suivante : comment les emplois à pourvoir sont-ils occupés par ceux qui en recherchent un ? Cette question, faussement simpliste, est le point de départ de toute une série de recherches qui aboutissent à identifier les institutions et rapports sociaux grâce auxquels fonctionne le marché du travail. Partons d'une étude sur un échantillon représentatif (9 732 personnes) de la population française portant sur le mode d'obtention de l'emploi occupé [Forsé, 1997].

À la suite de Granovetter, Michel Forsé évalue à 35,6 % la part des emplois trouvés par l'intermédiaire des réseaux sociaux (lignes 6 à 9), qu'ils soient centrés sur la famille, les amis ou les relations de travail — il peut bien sûr y avoir des recoupements

Tableau III. **Mode d'obtention de l'emploi**
(en %)

1. Démarche personnelle auprès d'une entreprise	30,3
2. Par l'intermédiaire d'une annonce	6,2
3. Mise à son compte	4,7
4. Par concours ou examen	3,0
5. Par l'intermédiaire d'un organisme de placement (dont ANPE)	13,3
6. Par l'intermédiaire de la famille	6,3
7. Par l'intermédiaire de relations personnelles	19,5
8. Par l'intermédiaire de l'école ou d'un organisme de formation	4,1
9. Contacté par un employeur	5,7
10. Autre	6,9

Source : M. Forsé, 1994, tableau 1.

entre ces trois réseaux. Rapporté aux procédures plus proches d'une coordination marchande comme les démarches personnelles, réponse aux annonces, etc. (lignes 1 à 3), qui ont permis de trouver 41,2 % des emplois, ce pourcentage met bien en évidence le poids important des réseaux de relations sociales dans lesquels les individus se trouvent placés. On remarque en outre la présence d'autres médiations sociales spécifiques intervenant à hauteur de 16,3 %, avec les concours et les organismes de placement, dont l'ANPE — sur laquelle on reviendra un peu plus loin. Au total, le marché du travail entendu au sens habituel de la théorie économique n'explique qu'une part limitée du processus par lequel les individus trouvent l'emploi qu'ils occupent, tandis qu'une forte proportion d'entre eux met en œuvre des relations sociales pour ce faire. L'enquête pionnière de Granovetter [1974] le montre d'une manière exemplaire.

Granovetter fait état des réponses fournies par un échantillon de 256 cadres de la région de Boston. À la question « Avez-vous cherché activement un nouveau travail avant d'obtenir celui que vous occupez ? » environ 30 % des personnes répondent négativement. De plus, le taux de réponses négatives progresse avec le niveau du salaire annuel (24 % pour un salaire inférieur à 10 000 dollars ; 43 % pour un salaire supérieur à 25 000 dollars). L'auteur mentionne aussi la situation symétrique d'emplois qui n'étaient pas à pourvoir, mais qui ont été créés parce qu'une personne apte à les remplir s'est présentée — 35 % des personnes de son enquête sont dans ce cas. L'approche économique du marché du travail est donc prise en défaut puisque, d'un côté, un

nombre significatif d'emplois est attribué à des individus qui ne les ont pas cherchés, alors que, d'un autre côté, un nombre tout aussi significatif d'emplois n'est pas offert sur le marché, mais donne lieu à des créations lorsque se présente une personne adéquate pour les occuper. Quel mécanisme autre que le marché permet l'adéquation entre les emplois à occuper et les personnes à leur recherche ?

Granovetter suggère de considérer les moyens utilisés par les individus pour trouver un emploi. Il en distingue trois : la *démarche directe* ou candidature spontanée auprès d'entreprises vis-à-vis desquelles l'individu n'a aucun contact personnel ; les *médiations formelles* telles que les annonces, les organismes privés ou publics de placement ; les *contacts personnels* pour lesquels il existe un intermédiaire entre l'emploi et la personne qui va l'occuper. 56 % des personnes de son échantillon sont passées par des contacts personnels, contre 19 % pour la démarche directe et pour les médiations formelles (6 % passant par d'autres modalités). Les résultats de l'enquête de Granovetter et ceux de Forsé sur la France sont conformes : une forte proportion d'individus trouve son emploi par l'intermédiaire de contacts personnels. De surcroît, même si les résultats ne sont pas tous probants, les personnes appartenant à l'échantillon étudié ont des emplois mieux rémunérés et un indice de satisfaction au travail plus élevé lorsque l'emploi a été obtenu grâce à un contact personnel — surtout par rapport à ce qu'il en est des emplois obtenus grâce aux médiations formelles.

Arrivé à ce point, on ne peut manquer de se demander pourquoi tous les individus ne passent pas par une telle méthode d'obtention de l'emploi. C'est ici que la structure sociale dans laquelle l'action des individus est immergée prend toute son importance. On ne peut pas dire qu'il y ait véritablement une situation dans laquelle l'individu se déterminerait parmi un ensemble de choix possibles. En fait, certains ont les bons contacts et d'autres ne les ont pas : « En général, un déterminant plus important (que les caractéristiques culturelles ou religieuses) du comportement réside dans la position occupée dans le réseau social. Par ce terme, il s'agit de tenir compte de l'identité non seulement des personnes que l'individu connaît et des relations qu'il a avec eux, mais aussi de l'ensemble des personnes connues par les relations et ainsi de suite. La structure et la dynamique d'un tel réseau, quelque difficile que soit leur analyse, déterminent largement quelle information sera à la disposition d'un individu et dans quelle mesure telle ou telle opportunité

s'offre à lui » [Granovetter, 1974, p. 17-18]. La notion de réseau relationnel peut donc être considérée comme l'exemple type des médiations sociales (schéma I), médiations que la sociologie économique isole pour les décrire autrement que ne le font les économistes centrés sur l'hypothèse de rationalité de comportements guidés par les signaux que fixent les prix.

Le réseau social dans lequel l'action économique individuelle est encadrée est une médiation sociale importante dont le fonctionnement sera explicité au chapitre suivant, mais il ne constitue pas la seule médiation sociale qui contribue à construire socialement le marché du travail. Les organismes publics de placement ou les cabinets de recrutement participent depuis peu à faire se rencontrer l'offre et la demande de travail. Jean-Louis Meyer [1998] caractérise l'accueil des jeunes dans le cadre des permanences d'information et d'orientation de l'ANPE par la définition d'un projet d'insertion professionnelle et sociale, la mise en relation avec le marché du travail proprement dit n'intervenant qu'en fin de course. De leur côté, François Eymard-Duvernay et Emmanuelle Marchal [1997] montrent que les cabinets de recrutement ne sont pas des intermédiaires neutres se contentant de diffuser l'information entre les employeurs et les chercheurs d'emploi. Leur pratique marque en profondeur le marché du travail en intervenant dans la sélection des candidats proposés à l'employeur, mais aussi en définissant parfois très précisément le profil du poste à pourvoir en fonction de ce qu'ils savent des disponibilités locales du marché du travail. Dans ces cas, une facette importante du marché du travail est redevable de ce que Armand Hatchuel [1995] a appelé les « marchés à prescripteurs », pour désigner les relations marchandes qui ne s'effectuent pas entre le vendeur et l'acheteur sans qu'intervienne une expertise — celle du médecin, du critique de cinéma, de la revue spécialisée, du « chasseur de têtes », etc. — dont le jugement constitue une médiation constitutive de la construction sociale des relations marchandes.

Le marché du travail comme institution sociale

Les éléments dont il vient d'être question ne sont pas les seuls à entrer en ligne de compte lorsqu'il est question de la construction sociale du marché du travail. Il existe tout un ensemble d'institutions formelles — les règles de la négociation collective en sont un exemple bien connu [Lallement, 1996, 1999] — qui

Le rapport salarial comme institution

L'école de la régulation [Boyer et Saillard, 1995] considère que le rapport salarial ne relève pas de la théorie économique des marchés. Défini comme « l'ensemble des conditions juridiques et institutionnelles qui régissent l'usage du travail comme l'existence des travailleurs » [*ibid*, p. 107], le rapport salarial est une institution dont l'explication se trouve à la jointure de la théorie (économique régulationniste) et de l'histoire. L'exemple canonique est le rapport salarial fordiste (en référence à Henri Ford qui introduisit la chaîne et les hauts salaires) caractérisé par une parcellisation des tâches et une mécanisation accrues, par un partage des gains de productivité entre ouvriers et patrons au travers de la mise en place de négociations collectives. À ce premier ensemble de facteurs se rajoutent des formes institutionnelles concernant le crédit (notamment pour que les niveaux de consommation soient assez soutenus afin d'absorber une production croissante) et la concurrence (oligopolistique entre de grands groupes industriels).

Dans une telle approche, le rapport salarial n'est plus directement adossé à une théorie économique et le salaire, s'il est toujours un prix, n'est plus le résultat des forces de marché (offre et demande). Par ailleurs, le rapport salarial ne relève pas de ces phénomènes frictionnels entravant le libre fonctionnement du marché, mais il fournit une pièce constitutive de l'ensemble institutionnel grâce auquel s'effectue la reproduction de l'économie et de la société.

contribuent fortement à donner à ce marché une dynamique spécifique.

Néanmoins, comme on l'a noté plus haut, et comme le montre la réflexion sur les problèmes d'interprétation par les acteurs des conventions collectives [B. Reynaud, 1992, 2004], les institutions sociales qui participent à la construction des relations marchandes prennent aussi la forme de représentations sociales. Les « façons de faire, de penser et de sentir » permettent aux individus de se repérer dans la complexité du monde social et d'agir selon le sens qu'ils donnent à leurs actions économiques. Sur le marché du travail, la transaction porte sur la capacité de travail de l'individu vivant : aussi les représentations de celui-ci jouent-elles un rôle important pour définir son comportement.

Il y a en effet un problème classique — Marx l'avait déjà repéré au milieu du ^{xx}e siècle et Marshall ou Simiand [1928-1931] par la suite —, celui de la qualité de la marchandise achetée : il faut obtenir du travailleur ce que l'on attend de lui et qu'il s'est d'une manière ou d'une autre engagé à fournir. En effet, il est naturel de penser que ce dernier est d'autant plus motivé à fournir une journée de travail « normale » qu'il perçoit les conditions dans lesquelles celle-ci s'effectue comme « normales » elles aussi. Des

économistes comme Solow [1990] ou Akerlof [1984] sont ainsi amenés à intégrer dans leurs modèles théoriques les représentations des agents en termes d'équité ou de justice et, en conséquence, à concevoir le marché du travail comme une structure sociale. Dans le cas de la théorie du salaire d'efficacité, proposée par Akerlof, l'hypothèse centrale est que l'entreprise offre un salaire supérieur au taux du marché à ses employés en attendant d'eux qu'ils fournissent un effort supplémentaire à celui correspondant à la journée de travail normale. Le taux de salaire est donc au-dessus de son niveau d'équilibre, ce qui expliquerait l'existence d'un chômage persistant puisque pour la théorie standard un taux de salaire moins rigide à la baisse et, donc, plus faible aurait permis d'éliminer l'offre excédentaire de travail. L'idée d'entreprises payant un prix supérieur au prix de marché est contre-intuitive pour un économiste, aussi l'auteur présente-t-il ce contrat de travail comme un échange partiel de dons. Il faut interpréter cette dernière proposition selon une double perspective : d'un côté, il y a un comportement intéressé des deux échangistes (salaire plus élevé contre effort plus élevé), d'un autre côté, il s'agit d'un comportement guidé par des normes sociales, c'est-à-dire un comportement que l'on suit parce qu'il est considéré comme « juste » et non pas parce qu'il est utile à ceux qui en bénéficient.

La construction sociale de la concurrence

Depuis longtemps, les travaux sur la formation et l'évolution des règles juridiques à la base des relations marchandes [Commons, 1924] ont avancé l'idée de construction sociale de la concurrence : « À la différence de la "lutte pour l'existence" qui régit la nature, la concurrence est une construction sociale reposant sur l'action collective qui sanctionne moralement, économiquement et physiquement. La théorie de la libre concurrence développée par les économistes n'est pas une tendance naturelle vers un équilibre mais c'est un idéal pour l'action publique mis en œuvre par les tribunaux, que l'on atteint en limitant la lutte naturelle pour l'existence » [Commons, 1954, p. 713].

La concurrence comme système de relations sociales

Neil Fligstein [1990] part de la constatation selon laquelle les formes de concurrence ont connu des modifications

substantielles au cours du XX^e siècle aux États-Unis. Fligstein fait l'hypothèse que les firmes cherchent à éviter la concurrence parce que celle-ci est source de danger. Toutefois, la manière de procéder à cet évitement change au fil des modifications du droit économique et des décisions politiques qui lui donnent naissance. Fligstein repère quatre formes de ce qu'il appelle une « conception du contrôle », c'est-à-dire une vision du monde économique qui se traduit par des stratégies, de structures organisationnelles et des structures de marché, ou encore dans une conception de ce qu'est l'efficacité. Le passage d'une forme de contrôle à une autre est marqué par des crises que l'on repère par l'existence d'une vague de fusions.

Dans un premier temps, au tournant des XIX^e et XX^e siècles, les firmes tâchent de s'exclure de la concurrence par le contrôle direct des firmes rivales. Mais cette conception du contrôle devient inappropriée après le *Sherman Act* (1890) qui s'élève contre les cartels « conspirant en vue de restreindre le commerce ». La conception manufacturière du contrôle lui succède : la firme devient intégrée verticalement (intégration des fournisseurs ou des firmes clientes) pour limiter les incertitudes marchandes, elle met l'accent sur l'organisation de la production pour diminuer les coûts et elle cherche à accroître sa part de marché. Cette conception domine durant les années 1920, mais les prix étant définis par la production, ces firmes ont du mal à maintenir leurs parts de marché. Intervient alors la conception du contrôle en termes de ventes et de marketing. Les marchés sont segmentés et les produits sont différenciés, ce qui permet d'éviter la concurrence directe par les prix et de fidéliser les clients par la marque. Le but n'est plus tant de produire que de vendre et la structure interne des firmes se modifie en faveur des services marketing et au détriment de ceux liés à la production. Cette conception du contrôle fonctionne jusqu'aux années 1950, c'est-à-dire jusqu'au *Celler-Kefauver Act* (1950) qui modifie le droit de la concurrence en interdisant ce genre de concentration assimilée à une forme d'étatisme. On en arrive à la conception financière du contrôle pour laquelle chaque « division produit » est évaluée en termes de sa capacité à engendrer un revenu à court terme. La croissance se fait sur les produits à marge élevée et le plus simple est d'acheter les firmes actives sur une gamme donnée de produits. Les outils financiers deviennent essentiels pour juger des performances de la firme multidimensionnelle et les financiers prennent le pas sur les services marketing dans la firme. Après la vague de fusion des

années 1980, Fligstein voit se dessiner une dernière forme de contrôle avec l'importance prise par l'actionnaire et la valeur boursière (la *Shareholder value*).

Dans les travaux ultérieurs de Fligstein [2001] la concurrence est considérée comme un mode spécifique de cohésion entre les firmes ; cette cohésion doit permettre la reproduction du marché et des firmes en lutte pour maintenir leurs positions. Les firmes présentes sur le marché ainsi que les firmes appartenant à des marchés différents s'observent mutuellement, se copient et se différencient les unes les autres pour éviter la concurrence directe. Dans une telle situation, les marchés sont autant de cultures locales qui expliquent comment fonctionne la concurrence et prescrivent les comportements adéquats. Ces cultures sont les moyens d'interpréter les conceptions du contrôle. L'industrie du conseil en management, dont le développement est très important depuis les années 1970, concourt à cette diffusion des cadres cognitifs sous-jacents au fonctionnement de la concurrence.

La concurrence est ainsi rapportée aux *conflits internes à l'entreprise* portant sur les formes d'organisation et de gestion de ses ressources, puis aux *conflits entre les entreprises* présentes sur le même marché ; elle est enfin rattachée aux décisions en matière politique (par exemple, la création du marché unique par la Communauté européenne), sociale et juridique dans lesquelles le rôle de l'État et de divers acteurs collectifs (groupes de pression, syndicats, etc.) est important. Ces différents intervenants définissent les règles et les interprétations nécessaires au fonctionnement du marché. Fligstein [2001, p. 31] en retient quatre : 1) les droits de propriété ; 2) les formes de gouvernance ; 3) les règles de l'échange et 4) la conception du contrôle. Les droits de propriété sont des droits portant sur une part des profits de la firme. Ils définissent les relations entre les propriétaires (détenteurs des droits) et les autres membres de la société (les salariés, les consommateurs, etc.). Les formes de gouvernance définissent la concurrence et la coopération, ainsi que l'organisation de la firme. Le droit économique y joue un rôle crucial, tant dans sa formulation que dans les manières de l'appliquer qui sont autant d'enjeux de lutte entre les acteurs sur le marché, que celui-ci soit considéré au niveau national ou international. Les règles de l'échange définissent qui peut faire une transaction avec qui ; il faut en outre que soient établies des règles concernant les mesures, les transports, les assurances, l'application des contrats. Bref, il faut tout un ensemble de dispositifs matériels

(métrologie) ou idéels (les « technologies invisibles » comme les règles comptables ou le droit) pour que l'échange puisse avoir lieu ainsi que le montrent les études sur les transactions mentionnées au chapitre II. Les conceptions du contrôle sont la forme locale de la culture qui définissent les manières d'agir dans cette forme de cohésion particulière qu'est la concurrence, ce dont on peut donner comme exemple, au niveau micro-social, l'étude du marché financier par Abolafia avec les définitions de ce qu'est un comportement acceptable (agressivité marchande) et ce qui ne l'est pas (opportunisme mettant en danger la confiance dans le marché ou sur le marché).

Fligstein met l'accent sur deux causes d'instabilité sur le marché : la première vient d'une concurrence sur les prix entre les entreprises, la seconde prend sa source dans les conflits internes à l'entreprise à propos des formes d'organisation et de contrôle. Pour faire pièce au premier risque, la coopération entre les entreprises joue un rôle tant qu'elle ne tombe pas sous le coup des règles légales définissant les ententes ; de même, les intégrations horizontale (achat d'entreprises concurrentes) ou verticale (achat des fournisseurs) sont des stratégies assez communes à cet égard. L'entreprise cherche, sans y parvenir toujours, à s'établir dans une « niche », c'est-à-dire à procéder à une différenciation qualitative de son produit de manière à segmenter le marché et amoindrir la concurrence par les prix. En ce qui concerne la seconde cause d'instabilité, Fligstein souligne la complexité du monde auquel les acteurs sont confrontés. L'auteur reprend à son compte les travaux de l'économie des organisations selon lesquels l'objectif est d'assurer la survie de l'entreprise. Dans ce cadre, les luttes de pouvoir internes concernant la définition des règles d'organisation et de prise de décision sont autant de relations sociales par lesquelles les agents construisent une représentation du marché leur permettant de s'y orienter et d'agir. Une fois stabilisées, ces règles constituent une « culture d'entreprise » et permettent de définir les stratégies vis-à-vis des concurrents en termes d'évitement des effets destructeurs de la concurrence ; elles définissent aussi un savoir commun aux dirigeants qui, formés dans les mêmes écoles, se rencontrant dans les mêmes conseils d'administration [Useem, 1979], s'observent les uns les autres. Bien sûr, lorsque la vie de l'entreprise est en danger, cela provoque une crise organisationnelle majeure remettant en cause l'équilibre « politique » interne de la firme et conduisant à une redéfinition des règles et des stratégies.

Conclusion

La problématique de la construction sociale des relations marchandes fournit un ensemble de résultats montrant la nature et la pertinence des éclairages apportés par la sociologie économique. Les marchés ne sont pas le résultat d'un ordre spontané d'agents économiques cherchant à optimiser les formes de leurs transactions marchandes : ces dernières sont les résultats d'un ensemble non coordonné de décisions institutionnelles (politiques, juridiques, économiques), de relations personnelles et culturelles subissant et véhiculant les contingences de l'histoire.

Le contexte social dans lequel sont encadrées les relations marchandes est donc crucial : cela justifie l'importance que la sociologie économique accorde à l'identification des médiations sociales et des modes de coordination sans lesquelles la description du marché est scientifiquement inadéquate. Il faut maintenant nous tourner vers le *fonctionnement* du marché. C'est ce que se propose de faire le chapitre suivant.

IV / Réseaux sociaux et fonctionnement des marchés

Pour passer d'une description raisonnée des régularités marchandes, des représentations et des institutions qui les rendent possibles à l'étude du fonctionnement des marchés eux-mêmes, la sociologie économique contemporaine bénéficie du développement de l'analyse des réseaux. Celle-ci offre l'avantage de permettre de traiter une masse importante de données de manière à dépasser les études quantitatives portant sur de petits groupes (la sociométrie) et de donner un sens rigoureux à l'idée d'encastrement social des comportements économiques. Il est utile de souligner que l'approche en termes de réseau se trouve être un des lieux de rencontre fécond entre économistes et sociologues, notamment lorsqu'il s'agit des relations industrielles et organisationnelles [Cohendet, Kirman et Zimmerman, 2003]. En effet, dès lors que l'activité économique n'est conçue ni comme indépendante des relations sociales (les prix suffisent à coordonner les individus) ni comme se déroulant entre des agents parfaitement connectés, le concept de réseau ne désigne plus seulement un objet, un dispositif technique (par exemple le réseau de transport de l'eau), mais un outil permettant de décrire et de formaliser les interactions. Cet outil peut être déployé de multiples manières pour étudier des phénomènes comme la création de liens entre organisations [Grosseti et Bés, 2001], les districts industriels [Saxenian, 1994 ; Castilla *et alii*, 2000], l'innovation [Callon, 1999], les relations à l'intérieur des groupes [Granovetter, 1994 ; Delarre, 2005] ou entre les membres d'une firme [Lazega, 2001]. Dans tous ces cas de figures, l'idée forte est que la situation, voire l'identité de l'acteur dépendent de ses interactions avec autrui et des interactions que ceux-ci entretiennent avec d'autres membres du réseau.

Réseau social et encastrement structural

Comme le chapitre précédent l'a fait apparaître, la notion de réseau social est souvent mise en œuvre par la sociologie économique. Que faut-il entendre par ce terme imagé de réseau social ? Quel est le programme de recherche prenant forme derrière cette métaphore et comment s'applique-t-il à la sociologie économique ?

Qu'est-ce qu'un réseau social ?

D'une manière générale, un réseau est un ensemble d'acteurs rattachés par une relation [Wasserman et Faust, 1994, p. 20] ; un réseau décrit ainsi le système formé par les liens *directs* et *indirects* (les contacts de mes contacts, etc.) entre les acteurs. Par relation, on entend une forme d'interaction sociale qui met des acteurs en contact ; il peut s'agir des transactions effectuées sur un marché, des échanges de services entre individus d'un même quartier ou bien de la présence dans les conseils d'administration d'un ensemble d'entreprises. Le réseau peut faire intervenir une seule relation (réseau uniplex de firmes en relations commerciales) ou plusieurs (réseau multiplex de ces firmes qui tient aussi compte des présences croisées dans les conseils d'administration). L'analyse structurale modélise les systèmes de liens existant entre les acteurs et décrit les propriétés du réseau au moyen d'un ensemble de mesures. Grâce aux développements des mathématiques (théorie des graphes), des statistiques et de l'informatique, il est désormais possible de traiter de réseaux de taille importante : la voie est ainsi ouverte à une quantification et une formalisation originales de la vie économique.

La notion d'acteur revêt des formes diverses : dans le cadre de la sociologie économique, il peut s'agir d'individus sur un marché, de firmes dans une branche ou de nations dans le commerce mondial [Smith et White, 1992]. À la différence de l'individualisme méthodologique au sens strict, l'analyse de réseau place délibérément l'accent sur les *relations* existant entre les acteurs plus que sur les acteurs eux-mêmes. Certains y voient un nouveau programme de recherche en sociologie en évoquant une *sociologie relationnelle* qui reprendrait à son compte des idées avancées par Simmel et Norbert Elias au début du xx^e siècle tout en les enrichissant par les apports de l'analyse structurale [Emirbayer, 1997]. Cependant, l'analyse structurale fait se rencontrer les deux principales grilles de lecture communément employées

Densité, centralité et prestige

Par ces termes, l'analyse de réseau définit et mesure des caractéristiques fondamentales d'un réseau social. La densité (δ) d'un réseau non orienté (où le lien est bi-univoque entre deux acteurs) rapporte le nombre de liens observés (L) au nombre des relations possibles qui est une fonction simple du nombre (g) des membres du réseau :

$$\delta = 2L/g(g-1)$$

Une mesure caractéristique de la position relative des acteurs dans un réseau est la mesure de centralité : celle-ci est d'autant plus élevée que l'acteur est connecté à un nombre plus important d'autres acteurs. Il existe plusieurs mesures possibles de la centralité : la *centralité de degré* (C_D) est obtenue en additionnant les liens (x_{ij}) entre un acteur i et les autres membres du groupe (j) ; la *centralité de proximité* (C_C) est calculée par l'inverse de la somme des distances

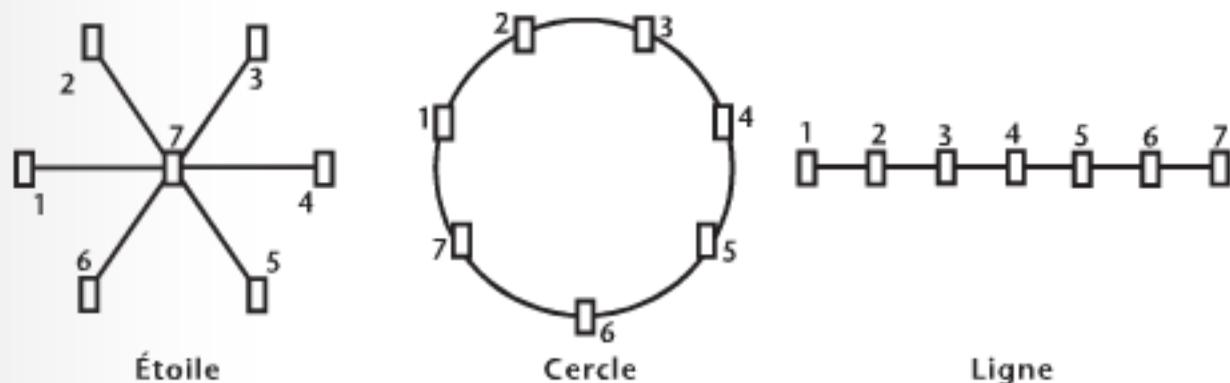
(d_{ij} , le nombre de liens successifs à mettre en œuvre par l'acteur i pour atteindre l'acteur j) qui rattachent un acteur à tous les autres acteurs du réseau ; la *centralité d'intermédiation* (C_B) est obtenue en rapportant le nombre des liens indirects entre un acteur j et un acteur k qui passent par l'acteur i ($g_{jk}(n_i)$) au nombre total des liens entre j et k (g_{jk}). À la différence de la centralité de degré, les centralités de proximité et d'intermédiation font intervenir les liens indirects existant entre les membres d'un réseau. En éliminant l'effet taille du réseau (g) de façon à permettre des comparaisons entre des réseaux de taille différente, les trois mesures normées de centralité sont données par les formules suivantes :

$$C'_{Di} = (g-1)^{-1} \sum x_{ij}$$

$$C'_{Ci} = (g-1) \cdot (\sum d_{ij})^{-1}$$

$$C'_{Bi} = 2 \sum g_{jk}(n_i) / g_{jk} \cdot [(g-1) \cdot (g-2)]^{-1}$$

Prenons trois réseaux de forme typique montrant comment ces mesures expriment la position des agents dans un réseau.



Dans l'étoile, la *centralité de degré* est égale à 1 pour l'acteur 7, et à $1/6$ pour les six autres ; dans le cercle, les sept acteurs ont une même grandeur de $1/3$; dans la ligne, les acteurs 2 à 6 ont une grandeur de $1/3$, alors que les extrêmes (acteurs 1 et 7) ont une grandeur de $1/6$. Pour la *centralité d'intermédiation*, les grandeurs sont différentes : dans l'étoile, l'acteur 7 a une grandeur égale à 1, tandis qu'elle est nulle pour les six autres acteurs ; dans le cercle, les grandeurs sont toutes égales à $1/5$; dans la ligne, l'acteur 4 a le score maximal (0,6), le score des acteurs décroît et devient

nul pour les acteurs (1 et 7) en position extrême.

Dans le cas de réseaux orientés, c'est-à-dire de relations univoques comme c'est le cas lorsqu'on demande à un acteur de dire quel acteur du réseau lui paraît le plus important, on peut établir une mesure de prestige. Ces différentes mesures de centralité ou de prestige permettent d'évaluer empiriquement la notion de pouvoir social et, dans le cas de la sociologie économique, de faciliter ainsi la mise en œuvre de cette notion dans le cadre des relations marchandes.

en sociologie. Comme le soulignent Alain Degenne et Michel Forsé [1994], en mettant la relation au centre de son propos, l'analyse structurale développe une approche dans laquelle l'action individuelle et le cadre institutionnel sont deux dimensions inséparables. L'action individuelle puise dans les ressources qu'offre le réseau tout en étant contrainte par lui ; à l'inverse, le réseau existe parce que des actions individuelles significatives mettent en relation les individus composant le réseau. L'action économique ne se déroule pas dans un vide social, elle n'est pas non plus la traduction mécanique de la structure sociale sur les décisions individuelles.

Dans le domaine de la sociologie économique, l'ancrage théorique de la notion de réseau tient au fait qu'elle constitue une forme de coordination des acteurs à côté du marché (où l'action est décentralisée, non hiérarchique et où les acteurs sont supposés être tous mutuellement reliés) et de l'entreprise (où la coordination est assurée par des relations hiérarchiques). De surcroît, l'intérêt de l'analyse structurale vient de ce qu'elle quantifie certaines des caractéristiques de la structure sociale et rend explicables les objectifs atteints par les individus. À ce point, il est utile de distinguer deux types d'approches fréquemment mises en œuvre dans l'analyse de réseau en sociologie économique. D'une part, l'analyse de réseau prend appui sur l'idée d'intégration du groupe ou de cohésion sociale pour en étudier empiriquement et quantitativement les caractéristiques en termes de densité, de centralité, de cliques, etc. (voir encadrés « Densité, centralité et prestige » et « Les cliques selon l'analyse de réseaux »). D'autre part, elle se développe autour de l'idée selon laquelle des acteurs peuvent être regroupés même s'ils ne sont pas directement connectés entre eux. En effet, la technique de *blockmodeling* permet de mettre en évidence des acteurs structurellement similaires parce que leurs relations aux autres acteurs du réseau sont similaires (voir encadré « Équivalence structurale, trous structurels et entrepreneurs »). Les deux voies ont été explorées à propos de la formalisation du marché.

Encastrement social et capital social

Tel qu'il est défini par Pierre Bourdieu [1980] ou par Coleman [1990], le capital social renvoie à l'idée selon laquelle un réseau durable plus ou moins institutionnalisé de relations mutuelles et de connaissances entre des individus constitue une ressource, actuelle ou potentielle, que les individus peuvent mobiliser pour

atteindre leurs objectifs. De ce point de vue, le capital social diffère du capital humain, directement lié à la personne elle-même. De par sa nature intangible, non matérielle, et sa caractéristique relationnelle, le réseau peut être considéré comme l'exemple type du capital social — on parle alors de « capital réticulaire » [Wong et Salaff, 1998]. Le rapprochement n'est pas seulement métaphorique puisqu'il s'agit d'un élément de la vie sociale qui, comme dans la théorie autrichienne du capital, constitue un « détour de production », c'est-à-dire une production sociale permettant à son tour de produire des résultats difficiles à atteindre sans cela ; mais une production qui demande un investissement, ne serait-ce qu'en termes de temps passé à nouer et maintenir des relations [Lin, 2001]. Toutefois, contre une vision trop instrumentale des choses, il faut insister sur le fait que le capital social dépend sans doute plus des actions des membres du réseau que de celles de l'acteur, même si ces dernières ne sont pas entièrement dépouillées d'efficacité. Comme le souligne justement Gary S. Becker [1996] lorsqu'il s'efforce d'élargir les bases de la théorie néoclassique, le réseau de relations est une ressource qui dépend des contacts directs, mais aussi indirects (les contacts de nos contacts) sur lesquels l'emprise de l'agent est très faible sinon inexistante.

En suivant une idée développée par Coleman, on peut dire que l'appartenance à un groupe social dans lequel l'honnêteté est une norme suivie par les individus est une forme de capital social. En effet, dans un tel groupe, on peut faire confiance aux individus en raison de leur honnêteté intrinsèque et en raison de la pression que le groupe social exercerait sur l'un de ses membres qui ne mettrait pas en œuvre la norme attendue. L'appartenance à un tel groupe est bien un *capital*, c'est-à-dire une ressource qui facilite les transactions entre les agents à l'intérieur du groupe en ne rendant pas nécessaires toutes les précautions à prendre dans les cas où l'honnêteté et la confiance font défaut. Il s'agit bien d'un capital *social* puisque ce sont les liens intangibles, non appropriés entre les individus qui sont la ressource, notamment lorsqu'on considère la pression du groupe qui assure que l'individu suivra bien la norme attendue d'honnêteté. C'est le mécanisme à la base de la réflexion de Weber [1905] selon qui l'appartenance à une communauté (au sens de groupe qui *sélectionne* les individus) religieuse constituait un atout pour les carrières commerciales aux États-Unis au début du xx^e siècle. Plus près de nous, ce phénomène se trouve à la base des échanges non contractuels, parfois d'un montant très élevé,

entre les entrepreneurs américains : l'étude classique de Stewart Macaulay [1963] établit que, dans un nombre très élevé de cas, les transactions entre firmes s'effectuent sans contrat, ou dans un cadre juridique défectueux ; de plus, les manquements aux contrats passés aboutissent peu souvent à des mesures juridiques de rétorsion. L'auteur explique cette situation par la réticence que les entrepreneurs ont vis-à-vis de formalités nuisibles à la confiance (demander un contrat précis, c'est montrer que l'on n'a pas confiance), à l'exécution de la transaction (on n'obtient rien de plus que ce qui est explicitement spécifié). Cette confiance est aussi essentielle pour les associations de crédit rotatif (ou tontines), dans lesquelles, à l'intérieur d'un groupe et selon une périodicité convenue, chaque participant donne une somme et le total est attribué (par tirage au sort ou selon d'autres modalités) à l'un des membres. Lors de la réunion suivante, la même opération se répète pour que chacun en bénéficie à son tour. Ce système simple, largement répandu en Asie, permet d'obtenir, à un faible coût, un petit capital difficile à obtenir autrement dans le cas de populations pauvres, n'offrant aucune garantie pour des crédits bancaires ; le système suppose là encore une relation de confiance pour ne pas faire face à des défections de la part de ceux qui en ont bénéficié dans les périodes immédiatement antérieures. À cette conception cohésive du capital social, lequel est d'autant plus important pour les membres du groupe que le groupe est plus dense et plus volumineux, s'oppose celle dans laquelle le capital social réticulaire provient de la place occupée dans le réseau personnel ou organisationnel [Burt, 1992 ; Lin, 2001]. Dans ce dernier cas, on s'interroge sur la composition du capital social : quelle est la structure relationnelle qui permet de définir la grandeur et le volume du capital accessible par l'individu dans le réseau ? Le concept de capital, et cela n'est pas spécifique à l'approche de Marx, véhicule l'idée selon laquelle il y a une *distribution inégale* entre les membres d'un groupe ; à l'intérieur d'un même réseau, certains auront ainsi un capital social plus important que d'autres. Par exemple, si l'on considère les indices de centralité présentés plus haut, on observe très facilement que l'individu placé au centre du réseau en étoile a un indice de centralité d'intermédiation élevé comparativement à tous les autres membres du réseau ; ces derniers doivent nécessairement passer par lui pour contacter un autre membre du réseau, l'individu en position centrale peut contrôler les relations d'autrui, il peut profiter de ce qu'il en connaît et qu'ignorent les autres, il peut mobiliser plus

directement les autres acteurs ; à ce titre, il a un capital social plus élevé que celui des autres membres du groupe [Burt, 1992].

Nan Lin [2001] développe cette idée dans un cadre organisationnel en mesurant le volume de capital détenu par un acteur en termes d'extension du réseau (les positions organisationnelles les plus hautes et les plus basses que l'individu peut atteindre) et d'hétérogénéité des ressources atteignables grâce aux relations.

Finalement, il est utile de souligner que le capital social pertinent ne dépend pas seulement de la position sociale. Une étude sur les classes inférieures dans un État du sud des États-Unis [Hurlbert, Beggs et Haines, 2001] montre que le capital social à la disposition de ces personnes est peu efficient, comparative-ment à celui de personnes appartenant aux classes plus aisées, lorsqu'il s'agit de trouver un emploi. Toutefois, après le passage d'un ouragan, le capital social des classes inférieures est supérieur à celui des classes aisées lorsqu'il faut obtenir de l'aide et des secours pour faire face aux conséquences d'un environnement climatique extrême.

Il faut pourtant souligner une difficulté lorsqu'on interprète le réseau social en tant que capital. Le réseau peut-il faire l'objet d'une stratégie explicite d'accumulation, d'une démarche essentiellement fondée sur un comportement instrumental ? Ou bien le réseau est-il un capital qui ne produit des résultats économiquement intéressants qu'à la condition que ceux-ci soient des sous-produits plus ou moins contingents des relations sociales ? Si certains réseaux (par exemple, les associations d'anciens élèves) peuvent être interprétés d'une manière instrumentale, cela ne peut être généralisé. Un réseau amical ou familial peut produire des résultats économiques, mais jusqu'à quel point les amis continueront-ils à agir en tant qu'amis — et non en tant que fournisseurs de services — en présence d'une relation qui ferait trop clairement apparaître qu'elle ne cultive les relations amicales que pour en tirer un bénéfice économique ?

Réseau social, emploi et carrière

Pour établir comment les réseaux sociaux interviennent en tant que médiations sociales, il est utile de revenir à l'enquête réalisée par Granovetter sur la recherche d'emploi. Comment fonctionnent les réseaux sociaux sur le marché du travail ? Quels résultats économiques produisent-ils ? On peut aussi se demander ce qu'il en est des réseaux une fois que l'on se situe

dans le cadre de l'entreprise : le capital social a sans doute une influence sur la carrière, mais comment la mettre en évidence et comment peut-on l'expliquer ?

Les amis, la confiance et l'emploi

L'emploi que l'on occupe résulte fréquemment d'informations obtenues par l'intermédiaire de relations personnelles. Granovetter est ainsi amené à distinguer le réseau familial-amical et le réseau professionnel puisqu'ils n'interviennent pas dans les mêmes circonstances : au premier réseau correspondent plutôt des individus jeunes (38 % des cas contre 26 % pour ceux plus âgés), ayant vécu dans la région (47 % des cas contre 17 % pour ceux en provenance d'un autre État, et 11 % pour les étrangers), et qui disposent de peu de temps. L'intervention de membres de la famille et d'amis proches dans le cadre de la recherche d'emploi ne surprendra guère ; en revanche, la question se pose de savoir comment il se fait que les contacts professionnels, le plus souvent des liens faibles (en termes de temps passé et d'intensité émotionnelle), fournissent des informations aboutissant à trouver un travail qui, dans l'enquête de l'auteur, est plus rémunérateur et plus satisfaisant. Qu'est-ce qui motive le comportement de telles personnes — un cas extrême rapporté par Granovetter étant celui d'individus qui ne s'étaient pas rencontrés depuis plus de vingt ans — à fournir une information pertinente ?

En fait, l'information sur les emplois vacants n'est pas distribuée d'une manière uniforme et ne touche pas l'ensemble de la population intéressée ; il convient donc d'examiner ce phénomène. L'information circule par l'intermédiaire d'individus au travers du réseau relationnel, par exemple :

Graphique. — Longueur de chaîne et recherche d'emploi



La longueur de la chaîne (L) est égale au nombre d'individus par lequel passe l'information ; la *qualité* de l'information sera d'autant moins bonne que cette longueur sera importante en raison des déformations que chaque étape peut entraîner ; la *pertinence*, c'est-à-dire sa valeur pour celui susceptible d'en faire

usage, est d'autant plus faible que l'information est plus largement distribuée. Par exemple, si chaque intermédiaire donne l'information à trois personnes (N), le nombre d'individus ayant la même information que Ego dans cette chaîne ($L = 4$) sera égal à $(1 - N^{L+2}) / (1 - N) = 364$: ce qui lui enlève beaucoup de sa pertinence par rapport à une information qui aurait transité par une chaîne plus courte. Les résultats de l'enquête montrent d'ailleurs que ceux qui sont passés par des chaînes longues ont rencontré plus de difficultés : ils ont été chômeurs, ont cherché leur emploi, ils sont aussi moins satisfaits de leur emploi.

Tableau IV. Longueur de chaîne et caractéristique des employés

Proportion de ceux qui sont passés par une chaîne de longueur et qui :	Longueur de chaîne		
	0	1	Plus de 2
— ont moins de 34 ans	28,0	48,3	60,0
— sont très satisfaits	76,0	53,6	40,0
— ont cherché leur emploi	48,0	72,4	77,8
— ont récemment pensé à changer d'emploi	20,0	34,5	70,0
— ont été au chômage	0,0	8,7	20,0

Source : M. Granovetter, 1974, tableau 15.

Qu'en est-il maintenant des motifs de ceux qui fournissent l'information ? Ce volet de l'enquête est moins développé, toutefois les idées suivantes se dégagent : dans le cas de chaînes courtes ($L = 1$), il peut y avoir une action affective (« être sympa ») vis-à-vis d'une personne avec laquelle les liens sont faibles certes, mais marqués positivement. Ce motif peut se combiner avec un motif intéressé : celui qui donne l'information peut avoir envie de travailler avec cette personne, il peut tirer avantage d'avoir trouvé une réponse à un problème de personnel. Là comme ailleurs, il existe une variété de motifs, intéressés ou non, susceptibles de donner sens à l'action de l'informateur. Qu'en est-il maintenant de l'intérêt de l'employeur ? On peut d'une part l'apprécier en termes économiques puisque cela donne une solution peu coûteuse à un problème de personnel ; mais on peut aussi considérer que la solution offre un avantage en termes de qualité et de confiance. Comme on l'a vu au chapitre précédent, il existe une incertitude qualitative forte sur le marché du travail, et un problème majeur auquel l'entrepreneur doit faire face est celui de l'incertitude

quant à la qualité des employés qu'il recrute [Knight, 1921]. Or, dans le cas où il n'existe qu'un intermédiaire entre l'employeur et l'employé, l'employeur connaissant l'intermédiaire (qui est un de ses employés) peut accorder un degré assez précis de confiance dans ses propos ; l'employé potentiel se trouve dans la même configuration. Les deux parties peuvent donc agir dans une situation de relative confiance sur les informations transmises, d'autant qu'ils seront ensuite amenés à se côtoyer sur le lieu de travail. Cet avantage décroît très vite avec l'irruption d'un nouvel intermédiaire puisqu'il faut faire confiance à la confiance qu'un inconnu accorde à une troisième personne.

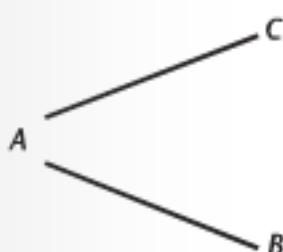
Granovetter donne une portée théorique générale à cette perspective en énonçant une thèse devenue classique sur la « force des liens faibles ». En effet, les données empiriques et le raisonnement montrent que les liens faibles sont à même de fournir des informations pertinentes puisque les liens forts véhiculent des informations dont on peut penser qu'elles sont déjà connues de tous dans un réseau de relations fortes.

Il faut souligner que la mise en œuvre des réseaux sociaux n'est pas seulement le fait des employés ; cette médiation sociale est parfois instrumentalisée par les entreprises. Ce cas n'est pas une pratique exceptionnelle : comme l'a montré Nicole W. Biggart [1989], des organisations de vente directe de cosmétique ou de petit matériel domestique ont érigé depuis longtemps une technique de vente dans laquelle des personnels (représentant plus de 5 millions de personnes aux États-Unis en 1985, soit 5 % de la population active employée), faiblement rattachés à l'entreprise, vendent par l'intermédiaire de leur réseau de relations.

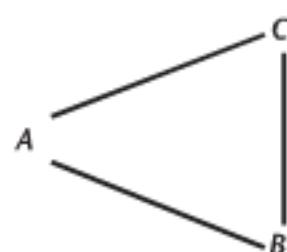
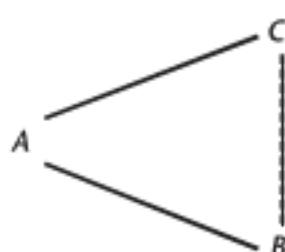
Pour revenir à la recherche d'emploi, une étude de la politique de recrutement d'une grande banque américaine [Fernandez et Weinberg, 1997] établit l'impact de la mobilisation des réseaux personnels des employés par l'entreprise. L'enquête porte sur 5 568 demandes d'emploi traitées par la banque entre 1993 et 1995 : elles ont donné lieu à 1 754 entretiens, 362 personnes ont eu une proposition d'emploi, 326 ont accepté. Y a-t-il une différence selon que les personnes avaient ou n'avaient pas de lettre de référence provenant d'un membre du personnel de la banque ? L'impact positif des références, considérées comme l'indicateur de l'usage d'un réseau social, apparaît clairement : 27 % de ceux qui n'avaient pas de références ont eu un entretien alors que 79 % de ceux qui en avaient ont passé ce stade, un taux proche de celui (83 %) concernant les

Triade interdite et force des liens faibles

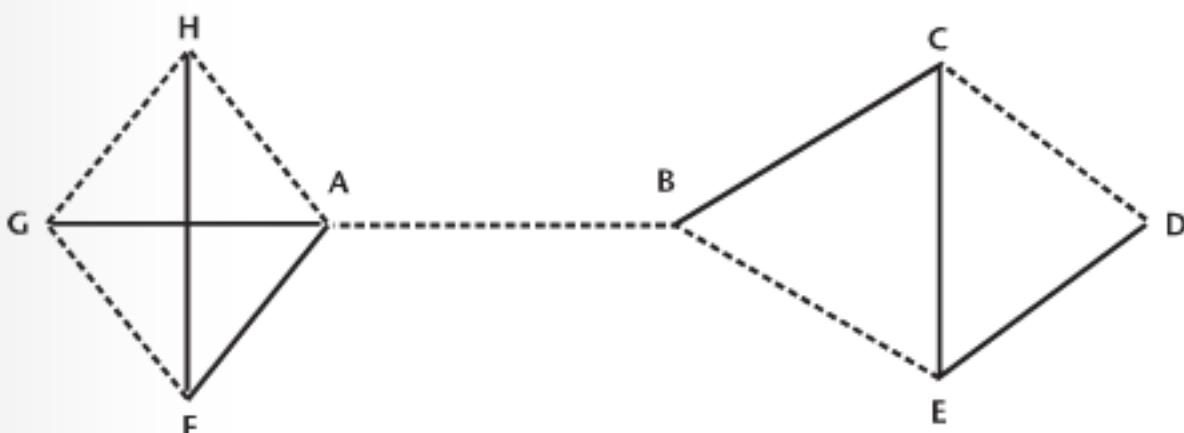
À l'intérieur d'un réseau, une contrainte pèse sur les relations fortes (fréquentes, d'une durée importante et émotionnellement intenses) : si les liens entre A-B et A-C sont des liens forts (trait plein), il ne peut pas ne pas exister au moins un lien faible (trait pointillé) entre C et B, car il est peut probable que A et B d'une part, A et C d'autre part aient des relations fortes sans que B et C ne soient amenés à se rencontrer.



Triade interdite



À partir de là, il suit que le lien (« pont ») ou les liens (« ponts locaux ») qui rattachent deux groupes fortement connectés ($\{A, F, G, H\}$ et $\{B, C, D, E\}$) sont des liens faibles (ici entre A et B).



D'où l'énoncé sur la « force des liens faibles » : ce sont les liens faibles (relations amicales éloignées ou relations professionnelles) qui sont susceptibles d'apporter des informations nouvelles et pertinentes à l'intérieur d'un réseau de relations fortes (familiales ou amicales).

employés qui veulent changer d'affectation à l'intérieur de la banque. L'avantage ne s'arrête pas à ce premier stade puisque la différence entre les deux catégories de demandeurs est nette au niveau des propositions d'emploi : 30 % des candidats avec références, 55 % des employés qui cherchent un changement à l'intérieur de la banque reçoivent une proposition contre 3 % pour ceux qui n'ont pas de référence ; la différence est, contre ces derniers, de 1 pour 10 et de 1 pour 18.

Les collègues et la carrière

Le rôle des réseaux de relations est aussi visible dans le fonctionnement interne de l'entreprise. Cette idée, assez commune, a fait l'objet d'un travail de la part de Ronald Burt [1992, chap. 4, 1995] qui, grâce à des séries de données portant sur les promotions internes de cadres dans une grande firme de haute technologie, a mis en évidence le rôle des réseaux de relations dans la progression de la carrière. Il a pu montrer qu'une structure particulière (un « trou structural ») donne une nouvelle signification empirique au concept de capital social.

Ces cadres se trouvent dans une organisation dont le fonctionnement n'est pas de type bureaucratique, puisqu'ils ont en charge la coordination entre les services. De ce fait, Burt teste l'hypothèse selon laquelle plus un réseau social sera riche en trous structuraux, c'est-à-dire plus le réseau apportera des bénéfices informationnels et des moyens de contrôle, et plus la carrière de ces directeurs progressera vite comparativement à ceux dont le réseau est moins riche en trous structuraux, c'est-à-dire dont le capital social est moindre.

Burt part d'une explication des promotions en termes de capital humain, c'est-à-dire des compétences et des caractéristiques appartenant en propre à l'individu, et en termes de contexte organisationnel. Cette approche explique correctement l'âge au moment de la promotion en fonction de caractéristiques comme le sexe, l'appartenance ethnique, le niveau d'instruction, l'ancienneté, la fonction et son lieu d'implantation. L'auteur s'intéresse ensuite aux écarts entre ce qui est observé en termes de temps passé dans une fonction et d'âge au moment de la promotion et les résultats obtenus par le modèle. Il constate que ces écarts ne sont pas distribués au hasard ; il existe une relation significative entre la structure du réseau de relations et la rapidité de la promotion : les directeurs dont le réseau est limité en taille, dense et hiérarchisé (organisé autour d'un contact particulier) ont une carrière qui progresse moins vite que celle des directeurs dont le réseau est plus important et riche en trous structuraux. L'effet relationnel que contient la notion de capital social est ainsi mis en évidence à côté de l'effet dû au capital humain, le seul que les économistes ont l'habitude de considérer.

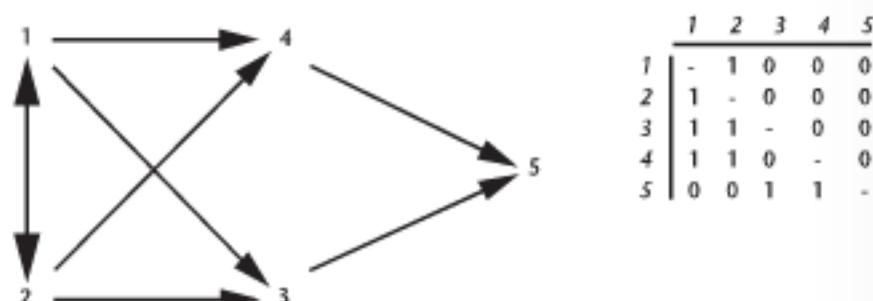
Force des liens faibles ou trou structural ?

Il y a des similitudes entre la thèse de la force des liens faibles et celle fondée sur la notion de trou structural. Dans les deux cas, le réseau social contient des liens dont la caractéristique est de rattacher des sous-groupes à forte cohésion séparés par des zones de faible densité relationnelle. Burt [1992, p. 25-30] comme Degenne et Forsé [1994, p. 144-145] estiment que la thèse de la force des liens faibles est un cas particulier de l'approche en termes de trou structural. Dans le raisonnement de Granovetter, en raison de la contrainte introduite par la notion de « triade interdite », le lien qui fournit des informations pertinentes ne peut être qu'un lien faible ; si on supprime cette contrainte, la nature du lien n'a plus lieu d'être prise en compte et il ne reste plus à considérer que la position structurale du lien, à savoir sa place dans le réseau et sa qualité en termes de trou structural. Burt donne force à cet argumentaire en faisant valoir que les relations entre deux groupes cohésifs différents et les relations internes à un sous-groupe cohésif ne sont pas soumises aux mêmes contraintes. En effet, on peut très bien admettre la contrainte de la « triade interdite » à l'intérieur d'un même sous-groupe cohésif sans que cette contrainte s'applique à la relation d'un acteur en situation de « pont » entre deux groupes : dans ce dernier cas, il est loisible de penser qu'un individu, en raison d'une spécificité de ses compétences ou de ses intérêts, ait des relations fortes avec des individus appartenant à deux sous-groupes cohésifs différents sans que, pour autant, les individus appartenant à ces deux sous-groupes soient eux-mêmes en contact. Par exemple, dans le cas du secteur électrique américain examiné au chapitre précédent, Edison était fortement connecté au monde scientifique et au monde de la finance ; pour autant, l'existence de liens forts entre Edison et ces deux groupes sociaux distincts n'impliquait pas que ces financiers et ces scientifiques fussent eux-mêmes liés entre eux. Du point de vue de Burt, Edison occupait une position d'entrepreneur au sens commun du terme, comme au sens structural, indépendamment de la nature (liens forts ou faibles) qui rattachait ces acteurs. D'un point de vue technique, l'argument de Burt est correct : reste à en apprécier la signification.

La question centrale est la suivante : en se défaisant du contenu des liens formant la relation que représente le réseau social, en ne s'occupant plus que de la position structurale de tel lien ou ensemble de liens dans un réseau, Burt propose une

Équivalence structurale, trous structuraux et entrepreneurs

En définissant d'une manière précise des sous-groupes d'acteurs, la notion d'équivalence structurale occupe une place centrale dans l'analyse de réseaux. Deux acteurs sont structurellement équivalents s'ils ont les mêmes liens avec autrui et s'ils reçoivent les mêmes liens d'autrui ; plus techniquement, dans la matrice représentant le réseau social, les lignes et les colonnes des acteurs équivalents sont identiques. C'est le cas des acteurs 1 et 2 d'une part, 3 et 4 d'autre part dans le réseau orienté suivant :



Burt mesure l'équivalence structurale par la distance euclidienne (d_{ij}) entre les acteurs i et j :

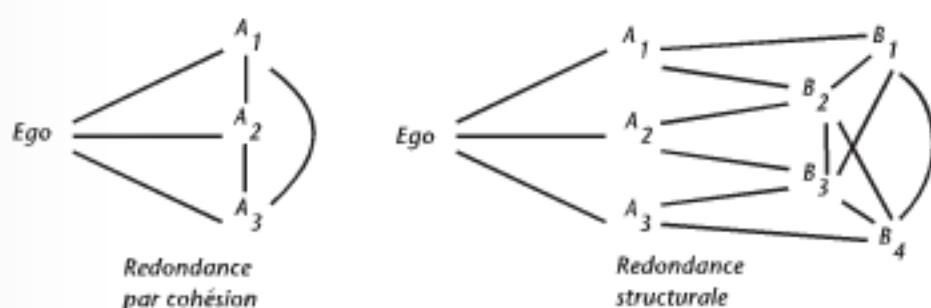
$$d_{ij} = [\sum (x_{ik} - x_{jk})^2 + (x_{ki} - x_{kj})^2]^{1/2},$$

$$i \neq j \neq k$$

Cette mesure est la distance entre la i^{e} et la j^{e} lignes et la i^{e} et la j^{e} colonnes de la matrice. Si les acteurs i et j ont les mêmes liens aux autres acteurs (k), alors les x_{ik} sont égaux aux x_{jk} , les x_{ki} aux x_{kj} , et la distance entre les acteurs i et j est nulle : ils sont structurellement équivalents. Si on considère le réseau en termes de l'information qui y circule, deux acteurs structurellement équivalents reçoivent et diffusent la même information : ils sont substituables. De là, on peut poser la question de la pertinence d'établir un lien avec un nouvel acteur dans une structure relationnelle donnée. Si l'acteur est redondant aux autres contacts que l'on a dans le réseau, cela n'apporte aucune information nouvelle (pour autant que les acteurs soient fiables et que l'idée de fiabilité par redondance soit négligée). C'est le cas du lien entre Ego et A_3 dans la situation de redondance par cohésion, c'est le cas du lien entre Ego et A_3 dans le cas, plus subtil, de la redondance structurale : la

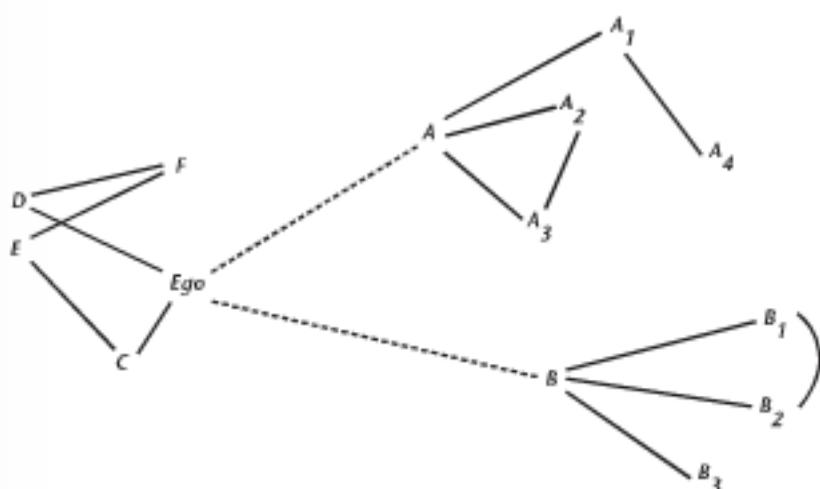
analyse que l'on peut qualifier de formelle au même titre que celle qui, chez les économistes, avait permis de fonder la théorie du choix rationnel du consommateur. Selon Pareto [1909, p. 170] : « L'individu peut disparaître, pourvu qu'il nous laisse cette photographie [les courbes d'indifférence] de ses goûts. » La nature et l'histoire des préférences de l'individu n'ont pas d'intérêt pour le théoricien de l'économie pure, comme la nature et l'histoire des relations sociales semblent ne pas en avoir dans l'approche formelle de Burt. D'où le reproche de négliger la culture et l'historicité, dans lesquelles prend forme le réseau social, qu'ont élevé des sociologues [DiMaggio et Zukin, 1990]

distance euclidienne entre A_1 , A_2 et A_3 est très faible puisqu'ils ont des liens très semblables avec les acteurs formant la clique B_{1-4} .



Finalement, on définit un trou structural comme une connexion entre des acteurs non redondants ; c'est le cas de Ego dans le réseau ci-dessous :

Au moyen de 4 liens seulement, Ego est en relation avec les trois groupes cohésifs (densité relationnelle forte) du réseau et, surtout, il est le seul à connecter le sous-groupe des B, des A et son propre sous-groupe ; il se trouve en mesure d'exploiter ce qu'il apprend des autres (ce qu'ils savent) et ce que ces derniers ignorent — ce qui est proche de la définition de l'entrepreneur en tant que celui-ci est l'agent reliant entre eux différents marchés.



Bien sûr, l'existence de trous structuraux suppose des réseaux qui ne sont pas trop fortement connectés, des réseaux dont la densité relationnelle n'est pas uniforme. De ce point de vue, si on interprète un trou structural comme une source de capital social, il faut supposer, à la différence de Coleman et de Bourdieu, un réseau qui ne soit pas trop dense.

face au déploiement de l'analyse structurale en général. Ce reproche vaut-il aussi dans le cadre de la sociologie économique ?

C'est en effet le cas. La position de Burt revient à mettre fortement, sinon unilatéralement, l'accent sur l'action rationnelle instrumentale des acteurs appartenant au réseau social étudié ; les relations semblent instrumentalisées au point qu'on peut y

développer l'hypothèse d'un comportement d'acteur essayant d'optimiser son réseau : en termes de rendement (établir des liens directs non redondants pour augmenter l'accès aux ressources tout en limitant le nombre de liens, chaque contact étant explicitement considéré comme un coût en temps, en énergie relationnelle) et d'efficacité (une fois le réseau de liens directs non redondants constitué, laisser à ces contacts le soin de gérer les liens indirects et s'occuper de créer de nouveaux liens directs non redondants) [Burt, 1992, p. 20-23]. On peut sans doute admettre cette approche dans le cadre de milieux professionnels où l'instrumentalisation des relations est admise à titre de comportement relationnel normal. Il est en revanche difficile d'admettre qu'un tel raisonnement puisse être généralisé et appliqué à des relations amicales, familiales ou à des relations qui sont le support de la confiance.

Confiance, opportunisme et relations interindustrielles

Une enquête sur les relations interindustrielles dans le secteur de la confection à New York peut illustrer le propos. Brian Uzzi [1996] distingue deux formes de transaction selon qu'il s'agit de relations marchandes pures ou de relations socialement encastées, avec la confiance qu'engendre l'appartenance à un même réseau professionnel. Ce dernier se développe selon deux modalités : les relations personnelles antérieures (amicales, familiales, scolaires) ou l'intervention d'un intermédiaire, lui-même membre du réseau, sont les moyens pour une entreprise de faire partie d'un réseau d'entreprises. L'auteur fait donc ressortir l'importance des relations sociales initiales pour la constitution du réseau professionnel : sur cette base, la relation de confiance peut se mettre en place et assurer aux entreprises des avantages (partage des risques, capacité de réaction aux variations du marché, apprentissage organisationnel) que n'offrent pas les relations purement marchandes. La confiance résultant du réseau modifie les formes de la transaction en donnant lieu à la recherche de relations durables et en s'abstenant de la mettre en péril au détriment d'avantages immédiats. De nouveau, on peut faire le rapport avec l'énoncé de Weber sur l'esprit du capitalisme.

Uzzi s'intéresse ensuite aux conséquences observables de ces deux formes de transaction en termes de probabilité d'échec des entreprises. Il est alors intéressant de relever qu'il n'y a pas de relation linéaire entre formes de transaction et probabilité

d'échec. La relation est *une relation en U* : par rapport à des entreprises ne faisant que des transactions marchandes pures, celles qui échangent par l'intermédiaire des réseaux voient leur situation s'améliorer jusqu'à un seuil au-delà duquel les transactions encadrées contraignent l'entreprise et lui font perdre de sa capacité de réaction.

Les réseaux sont-ils une condition suffisante de réussite économique ? Non : *il se peut, au contraire, qu'ils entravent les actions économiques individuelles*. Une étude de Granovetter [1995] sur la création d'entreprises le montre grâce à une sociologie économique comparative des réseaux ethniques à Java, aux Philippines et à Bali.

À Java, le groupe des commerçants musulmans contient des individus entreprenants, dotés de capitaux, dont l'esprit économique est très affirmé. Toutefois, ces individus ne parviennent pas à créer des entreprises durables : les associations entre commerçants ne durent guère au-delà d'une transaction, en raison de l'individualisme exacerbé dont ils font preuve. Il n'existe pas d'entreprises dans ce groupe ethnique dans lequel les réseaux sociaux n'ont pas d'impact économique. Aux Philippines, la situation est celle d'un opportunisme exacerbé et donc d'un problème aigu de manque de confiance entre les individus lorsqu'il s'agit des relations marchandes horizontales, c'est-à-dire entre égaux. Cela ressemble à la situation antérieure alors qu'il s'agit d'une population de confession catholique dont le réseau social est très dense. Ce dernier comporte une norme de solidarité selon laquelle les membres du réseau doivent s'entraider au travers de relations verticales, c'est-à-dire hiérarchiques, entre « patrons » et « clients ». À considérer ces deux exemples, il semble que la solidarité horizontale, plutôt que la solidarité hiérarchique, soit une condition du succès en permettant l'établissement de la confiance. Les choses ne sont pourtant pas aussi simples, comme l'exemple de Bali le montre : dans la culture balinaise, l'altruisme, au sens sociologique durkheimien de suprématie de l'intérêt du groupe sur celui de l'individu, est de mise. Toutefois, cette solidarité horizontale très forte empêche l'entreprise de fonctionner et de se développer précisément à cause de l'impératif de solidarité entre les membres du groupe, l'entreprise devient plus un système de prestations sociales qu'une affaire.

Il ne faut pas tirer de ces trois exemples l'idée d'une mosaïque de faits à partir de laquelle il est toujours possible de présenter un contre-exemple à toute proposition théorique de portée

générale. Le travail de Granovetter permet au contraire de mettre en évidence certaines conditions d'efficacité des réseaux sociaux ethniques dans le cas de l'action économique visant à la formation d'entreprises. Entre les situations de solidarité forte (« économie morale ») et faible (« opportunisme »), une situation de solidarité limitée permet un couplage efficace entre l'activité économique et le réseau de solidarité sociale qui fait de ce dernier une ressource pour les membres du groupe ethnique. La situation sociale des marchands chinois expatriés dans l'île de Java en fournit l'exemple. La structure sociale de cette communauté est caractérisée par une solidarité familiale très forte, ce qui permet de bénéficier de relations de confiance dans une situation d'individualisme exacerbé. Comment se fait-il que cette solidarité horizontale n'entrave pas les marchands chinois, comme c'est le cas pour les marchands balinais ? La structure sociale des Chinois expatriés à Java favorise l'éclosion d'entreprises dans la mesure où la solidarité entre les membres du groupe est limitée par deux phénomènes : premièrement, la communauté chinoise expatriée est de petite taille ; deuxièmement, cette minorité est divisée en *bangsa*, sous-groupes associant différentes familles, à l'intérieur desquels la solidarité est effective.

Tableau V. Réseaux ethniques et création de firmes

	Contexte social	Phénomène économique
Java : commerçants musulmans	— individualisme exacerbé — pas de solidarité de groupe	pas de création de firme (problème de confiance)
Philippines	— opportunisme généralisé	pas de création de firme (problème de confiance)
Bali	— altruisme — solidarité forte (« économie morale »)	pas de création de firme (l'entreprise devient autre chose qu'une « affaire »)
Java : commerçants chinois expatriés	— solidarité forte, mais limitée à un cercle familial restreint	création de firmes (couplage des avantages liés à la solidarité et de ceux liés aux relations marchandes)

En résumé, ces quatre situations montrent que l'existence de réseaux sociaux n'est pas une condition suffisante pour que la structure sociale favorise l'activité économique, même lorsque

existe un problème de confiance dû à l'opportunisme des comportements : un réseau social important régi par une norme d'économie morale se révèle être un handicap pour la formation d'entreprises. C'est une situation de « solidarité limitée » [Portes, 1995] qui est la plus favorable : elle donne un avantage sur les concurrents en permettant de bénéficier de relations de confiance à l'intérieur du groupe, mais la limitation des obligations de solidarité en raison de la faible taille du réseau laisse l'entreprise fonctionner comme une affaire.

Cette étude marque une nouvelle fois la différence sensible existant entre la sociologie économique et l'économie néo-institutionnaliste. Cette dernière suggère que l'efficacité des réseaux joue à plein lorsque fait défaut la confiance et que l'incertitude est forte : il est alors économiquement avantageux de passer par des transactions liées aux relations sociales car, grâce à la confiance existant à l'intérieur du groupe, leur coût est plus faible que celui des autres transactions. Par symétrie, elle suggère que, avec le déploiement des formes modernes de l'activité économique dans lesquelles les problèmes d'incertitude et de confiance ne sont plus aussi aigus, ces modalités de transaction perdent leurs avantages économiques et sont écartées. Le travail de Granovetter montre au contraire que les transactions encadrées dans les réseaux sociaux peuvent ne pas offrir les avantages attendus parce que la structure des relations sociales n'économise pas les coûts de transaction, en raison de relations de solidarité de type « économie morale ». Le réseau social dans lequel l'individu se trouve encadré ne constitue un capital social qu'à la condition de fournir un avantage comparatif sur les autres groupes ethniques tout en évitant une solidarité trop forte.

Réseaux et fonctionnement social des marchés

L'intérêt de la démarche conduite en termes de réseau social tient à ce qu'elle permet de faire se rencontrer les économistes et les sociologues lorsque les premiers rompent avec les hypothèses de la théorie économique walrasienne dans laquelle les agents sont supposés parfaitement connectés les uns aux autres. La première étude examinée va montrer comment la cohésion sur le marché explique certaines caractéristiques des prix formés sur le marché ; la seconde, plus générale et plus ambitieuse, utilisant l'approche en termes d'équivalence structurale examine les conditions de reproduction d'un marché de producteurs.

Taille des marchés et volatilité des prix

L'étude d'Abolafia a montré que le marché financier, habituellement considéré comme l'image du marché concurrentiel, suppose une structure organisationnelle qui en rend le fonctionnement possible et lui permet de se transformer au gré des changements affectant les échanges et la société. Peut-on aller plus loin et montrer que la sociologie économique peut éclairer le mécanisme de formation des prix sur ces marchés ?

Sur la base d'une enquête menée à la Bourse de Chicago, Baker fait l'hypothèse que les réseaux formés par les contacts entre les courtiers influencent la fixation des cours : il est conduit à proposer un modèle de comportement socio-économique qui diffère du modèle de comportement standard utilisé en économie.

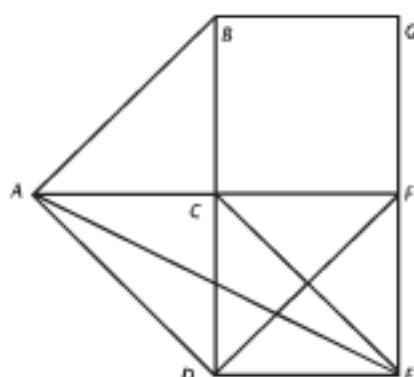
Explicitons les différents éléments qui sont autant d'étapes par lesquelles progresse la démonstration. À la différence de l'économiste qui suppose une capacité infinie d'absorption et de traitement des informations, l'auteur suppose que les courtiers sont seulement capables de mettre en œuvre une rationalité limitée et qu'ils ne sont pas absolument fiables en étant susceptibles de ne pas respecter leurs engagements si une occasion favorable se présente pour cela (l'opportunisme). Ces hypothèses sont conformes à ce que Abolafia a décrit sur les marchés de Chicago et de New York : une masse considérable d'informations transite sur ces marchés et les courtiers ne peuvent pas l'absorber tout entière ; l'opportunisme, notamment celui des agents (les *market makers*) chargés de faciliter les accords entre demandeurs et acheteurs, est bien un des problèmes que rencontrent les instances de régulation de ces marchés.

Tableau VI. Modèles de comportement sur le marché boursier

	Hypothèses de comportement	Micro-réseau	Macro-réseau	Conséquences sur les prix
Économie	hyperrationalité et fiabilité	expansif	indifférencié	volatilité décroissante avec la taille du marché
Sociologie économique	rationalité limitée et opportunisme	restrictif	différencié dans les grands marchés	volatilité croissante avec la taille du marché

Les cliques selon l'analyse de réseaux

Dans un réseau, on appelle clique un sous-groupe caractérisé par un degré élevé de cohésion. Une clique est un sous-groupe de plus de deux acteurs qui sont tous mutuellement reliés. Cette définition est très contraignante : personne ne peut intégrer une clique sans être connecté à tous les membres de la clique et il suffit de l'absence d'un lien pour qu'un groupe fortement cohésif ne soit pas une clique. Dans le graphique suivant, il y a trois cliques $\{A,B,C\}$, $\{A,C,D,E\}$ et $\{C,D,E,F\}$, mais le groupe $\{A,C,D,E,F\}$, très cohésif (sa densité est égale à 0,9), n'en est pas une car il manque le lien A-F.



On peut définir des sous-groupes moins strictement dès lors que l'on n'impose plus à un acteur d'être relié à tous les membres du groupe, mais à un nombre important d'entre eux (voir Lazega [1998] pour une présentation simplifiée ; Wasserman et Faust [1994] pour une présentation plus complète). Baker va dans le sens de l'assouplissement : par clique, il entend un groupe d'au moins trois courtiers, dans lequel chacun procède à au moins 50 % du total de ses transactions. Il n'y a pas d'agent critique au sens où le retrait d'un agent de la clique ne fait pas perdre au sous-groupe sa qualité de clique.

Les hypothèses de comportement ont bien sûr un impact direct sur la structure des réseaux entre les courtiers. Au lieu de supposer que le réseau de chaque agent (ou micro-réseau) est expansif, c'est-à-dire que le nombre des liens s'accroît aussi vite que s'accroît le nombre des agents présents sur le marché, l'auteur suppose que, en raison de leur rationalité limitée et du risque que fait courir l'opportunisme des coéchangistes, les courtiers vont réduire le nombre d'agents avec lesquels ils opèrent des transactions. Cela permet d'établir des relations de confiance et de limiter les risques d'erreurs dans le bruit qui entoure les transactions. Du point de vue du sociologue, il faut donc s'attendre à des micro-réseaux restrictifs, que le groupe de courtiers présents sur le marché soit limité ou important.

Qu'en est-il de la forme du réseau dans son ensemble (ou macro-réseau) ? Si les micro-réseaux étaient expansifs, comme le

suppose l'économiste, on devrait s'attendre à ce qu'ils composent un macro-réseau unifié à l'intérieur duquel il y aurait peu de différenciation entre les différents acteurs. En revanche, du fait des comportements qu'il suppose et de l'existence des micro-réseaux restrictifs qui en découlent, l'auteur s'attend à une différenciation (présence simultanée de plusieurs cliques) des macro-réseaux au fur et à mesure que le nombre des agents présents sur le marché s'accroît.

Finalement, l'existence d'agents rationnels et fiables, de micro-réseaux expansifs et de macro-réseaux indifférenciés permet à l'économiste de supposer que l'information circule correctement, qu'offres et demandes convergent rapidement les unes vers les autres et donc qu'une moindre volatilité des prix des options va de pair avec la taille importante des marchés (puisque l'atomicité et l'anonymat y sont plus marqués). Pour le sociologue économiste, il en va différemment : on doit s'attendre à une volatilité des prix des options élevée lorsque la probabilité d'apparition simultanée de plusieurs cliques s'élève avec la taille du marché.

Le marché considéré par Baker est un marché de *futures*, c'est-à-dire un marché où s'échangent des options d'achats devant prendre effet ultérieurement. En conséquence, deux prix différents sont à considérer dans cette étude : le prix du bien lui-même (*stock-price*) et le prix d'une option d'achat de ce bien dans le futur (*option-price*). Le *stock-price* varie plus ou moins et cette variabilité détermine la taille du marché : plus elle est forte, plus le marché est spéculatif et plus les courtiers, par nature à la recherche de tels gains, seront nombreux sur le marché. Le second prix qui est la variable expliquée du modèle est l'*option-price* : celui-ci a une variabilité propre pour une variabilité donnée du *stock-price*, ce que l'on appelle la volatilité de l'*option-price*. Ne tenant pas compte du réseau de relations sociales, l'économiste s'attend à ce que la volatilité se réduise avec la taille du marché ; en revanche, Baker s'attend à une relation inverse.

Quels résultats ressortent de l'enquête empirique ? Tout d'abord, il faut noter que les micro-réseaux sont très peu sensibles à la taille du marché (2,34 relations par courtier dans les grands marchés contre 2,12 dans les petits) ; ce qui conforte l'hypothèse de micro-réseaux restrictifs. Ensuite, la différenciation des macro-réseaux est significative car la probabilité d'apparition de plusieurs cliques simultanément dans les grands marchés est deux fois plus forte que dans les petits marchés. Finalement, la relation entre taille du groupe et volatilité de

l'option-price est celle attendue par W. Baker : dans les grands marchés, il existe une relation positive et forte entre la taille et la volatilité de *l'option-price*. Il y a donc une relation taille-performance du marché (en termes de convergence vers un prix stable) qui n'est pas celle habituellement supposée par l'économiste.

Équivalence structurale et reproduction de la structure du marché

Harrison White [1981, 2002] a proposé une orientation différente de l'analyse de réseau appliquée au marché. Au lieu de partir des formes de cohésion comme c'est le cas des travaux de Granovetter et de Baker, il applique la notion d'équivalence structurale aux échanges entre firmes (les fournisseurs, les producteurs et le groupe agrégé des consommateurs forment trois classes d'équivalence dans la matrice des relations marchandes).

Le marché dont il est question ou marché de producteur est constitué d'un petit nombre de firmes qui s'engagent sur le marché, au sens où ils le créent en y prenant *une position durable dans le temps*. Les producteurs s'observent entre eux pour définir la position (les « niches ») qu'ils vont occuper sur le marché en termes de qualité et de volume produits — White fait ainsi référence aux théories de Edward H. Chamberlin (concurrence monopolistique par différenciation des produits), à Frank H. Knight (incertitude marchande) et à Michael Spence (théorie du signal). Les producteurs n'utilisent qu'une information aisément accessible par l'intermédiaire des publications professionnelles (prix, volumes et qualité) et ils connaissent leur fonction de coût. Sur cette base, leur décision consiste à fixer un prix pour une qualité et un volume donnés de telle manière que la différence entre leur revenu et leur coût soit maximale. Le problème principal dont traite le modèle de White est celui de savoir si la structure globale qui résulte des décisions individuelles des producteurs interdépendants de fait sur le marché est viable, c'est-à-dire si elle est à même de se reproduire.

Dans ce modèle, les producteurs ne savent rien de ce que font et veulent les consommateurs qui ne sont considérés que sous la forme d'un acheteur agrégé dont on ne se préoccupe ni des préférences ni des choix, dimensions non pertinentes dans une sociologie purement relationnelle, laquelle ne fait pas intervenir l'individu isolé et autonome dans ses volitions [White, 1992]. Cet acheteur agrégé intervient dans le modèle en validant ou

non les choix du petit nombre de producteurs ayant décidé des volumes, des qualités et des prix.

La condition d'existence d'une structure de marché stable consiste dans la présence d'un même rapport qualité/prix pour toutes les qualités du produit. Dans ce cas de figure, il existe alors un accord entre les producteurs et l'acheteur agrégé pour classer selon un même ordre les qualités. Les « niches » recherchées par les producteurs, les décisions de ces derniers conduisent à des flux descendants vers le consommateur agrégé, lequel valide ces décisions puisqu'il y a un même ordre d'évaluation des deux côtés du marché. Les producteurs peuvent donc, à la période suivante, reproduire leur choix antérieur et perpétuer le marché sur lequel ils sont engagés en termes de production d'un volume et d'une qualité déterminés. La structure relationnelle est stable puisque les comportements des acteurs conduisent à la reproduction des conditions structurales du marché.

À partir des paramètres des fonctions de coût des producteurs et de satisfaction des consommateurs, White dégage une typologie des marchés dont les trois formes viables ont des caractéristiques nettement différentes selon les rapports existant entre les sensibilités au volume produit et à la qualité.

Le marché de producteurs est *ordinaire* lorsque les rendements sont décroissants à l'échelle, lorsque le coût croît avec la qualité et lorsque la sensibilité au volume est plus forte que la sensibilité à la qualité. Le marché est *avancé* lorsque les rendements sont croissants à l'échelle ; finalement, le marché est *paradoxal* lorsque le coût ne croît plus avec la qualité comme dans un cadre classique de rendements décroissant. Cette typologie a été interprétée d'une manière suggestive par la théorie des conventions [Favereau, Biencourt et Eymard-Duvernay, 2002 ; Eymard-Duvernay, 2004]. Le marché ordinaire renvoie à la *convention marchande* qui suppose que l'ordre des qualités est défini en conformité avec les goûts du consommateur : lorsqu'une qualité est appréciée par le consommateur agrégé, suite à un processus de mode lié à la pression du groupe de pairs, les concurrents doivent baisser leurs prix pour respecter la contrainte sur l'unicité du rapport qualité/prix et le prix devient ainsi un indice de la qualité. Le marché avancé est fondé sur une *convention de qualité industrielle*, c'est-à-dire par un standard technique, lequel dépend d'une autorité extérieure au marché (administration ou prescripteur au sens de Hatchuel [1995]). Finalement, le marché paradoxal renvoie à la convention de qualité domestique dans laquelle la qualité dépend du produit lui-même (son mode de

L'importance de la question de la qualité

Depuis un article célèbre de Akerlof [1970] sur le marché des voitures d'occasion, la théorie économique prend en compte la question soulevée par la qualité des produits lorsque les agents n'ont pas les informations adéquates pour juger du produit qu'ils achètent. Dans le cas où les entreprises ont une politique active de fixation de prix (elles ne sont pas dans un cadre walrassien où les prix s'imposent aux agents), l'incertitude sur la qualité fait que le prix ne joue plus son rôle d'information (un prix plus élevé étant le signe d'une meilleure qualité), mais provoque un phénomène de sélection adverse. Par exemple, une hausse du taux d'intérêt n'attire pas seulement des emprunteurs dont les investissements sont rentables au point de pouvoir assumer un tel coût, mais aussi ceux que Smith appelait des « faiseurs de projets » caractérisés par des risques très élevés : en conséquence, une hausse du taux d'intérêt peut amener une rentabilité décroissante pour le prêteur en raison d'une qualité moindre des prêts consentis (ou du risque croissant d'avoir des emprunteurs incapables de faire face à leurs engagements). Dans ce cas, c'est la qualité qui dépend du prix et non l'inverse. Les conséquences théoriques sont importantes [Stiglitz, 1987] : elles portent sur le fonctionnement de la loi de l'offre et de la demande (puisque une hausse du prix accroît la demande au lieu de la réduire et de rapprocher les quantités demandées des quantités offertes) ou encore sur l'efficacité du marché.

Les sociologues et sociologues économistes s'emparent de ce problème (qui ne peut pas ne pas faire penser à ce que Halbwachs disait des achats vestimentaires des ouvriers au début du xx^e siècle) en faisant valoir

les rapports sociaux par lesquels les agents s'efforcent de réduire les incertitudes sur la qualité. C'est le cas de Lucien Karpik [1989] à propos du marché des avocats où n'existe statutairement aucune information sur la qualité des avocats et leurs honoraires ; les réseaux de relations par lesquels transitent les informations constituent une médiation, un « marché-jugement » dit l'auteur, grâce auquel s'effectue le choix d'un avocat lorsque le besoin s'en fait sentir. C'est aussi le cas de Hachtuel [1995] lorsqu'il étudie les « marchés à prescripteurs » dans lesquels la complexité de l'objet (une machine à laver, etc.) amène le consommateur à passer par une expertise de manière à limiter les risques que comporte son choix.

Une étude récente [DiMaggio et Lough, 1998] montre combien les relations personnelles interviennent pour réduire l'incertitude marchande. L'étude fait apparaître une relation entre l'incertitude quant à la qualité du produit et les formes sociales de la transaction : alors que 16,4 % des ménages achètent une voiture neuve à un vendeur auquel ils sont socialement rattachés, ils sont 32,8 % à le faire lors d'un achat de voiture d'occasion auprès d'un professionnel et 52,4 lors d'un achat auprès d'un particulier. L'usage des relations personnelles est donc croissant avec l'incertitude : en effet, cette dernière est la plus faible pour un véhicule neuf (garantie du constructeur) et un vendeur professionnel (qui tient à conserver une bonne réputation) et plus forte pour un véhicule d'occasion cédé par un particulier.

fabrication) et du point de départ (« fabrication à l'ancienne » sur la base de produits « naturels »).

Pour terminer cette présentation sommaire de la sociologie relationnelle à l'œuvre dans le modèle de White, il est utile d'en indiquer un élément comportemental particulier. White explique que l'acteur sur un marché de producteurs agit en observant les comportements des autres qui contribuent à « faire le marché » en tant que système stable (et donc reproductible) de niches définies par un rapport qualité/prix. White considère le marché de producteurs sous son aspect culturel, sa phénoménologie. La démarche de White rejoint sur ce point celle de Fligstein malgré le fait que celui-ci envisage le problème de la reproduction du marché d'une manière qui valorise les dispositifs juridiques et politiques qui n'ont guère de place dans l'approche plus abstraite de White.

Conclusion

Ce chapitre a mis l'accent sur les approches les plus novatrices de la sociologie économique contemporaine lorsqu'il s'agit de traiter du marché comme lieu abstrait de coordination entre les agents. L'idée fondatrice soulignée dans l'introduction de cet ouvrage selon laquelle le fait économique est un fait social se traduit ici par la prise en compte des relations dans lesquelles les individus se trouvent pris. Ces relations offrent l'accès à des ressources, et en cela elles facilitent l'action économique ; toutefois, l'effet inverse peut advenir lorsque les relations empêchent le déroulement de l'activité orientée vers le profit ou bien lorsqu'elles diminuent la réactivité des firmes face aux modifications des contraintes marchandes. De ce point de vue, l'encastrement n'est pas une bonne chose en soi et il convient, pratiquement et théoriquement, de l'associer à une forme de désencastrement, de manière à ce que les relations sociales n'empêchent pas la mise en œuvre des comportements intéressés.

À un autre niveau, l'approche en termes de réseau montre comment la cohésion sociale ou l'équivalence des positions occupées sur le marché conçu comme un réseau de relations sont des éléments pertinents pour expliquer les résultats économiques.

Finalement, il peut être utile d'insister sur le fait que l'analyse de réseau touche aussi un point très actuel de l'étude du marché

en faisant valoir l'importance de la dimension cognitive. En effet, l'étude du marché du travail menée à bien par Granovetter repose sur l'idée selon laquelle l'information sur l'état du marché ne passe pas nécessairement par les prix et qu'elle ne se distribue pas également entre les participants. Ceux qui bénéficient de plus de liens faibles (liens amicaux) que de liens forts (liens familiaux) accèdent à des informations plus pertinentes et plus efficaces que les autres. De son côté, l'étude de White insiste sur le fait que l'observation mutuelle des producteurs est un élément constitutif de la stabilité du marché. Le dernier chapitre se propose donc d'examiner ce qu'il en est de l'encastrement cognitif selon la sociologie économique.

V / L'encastrement cognitif et le marché

Au cours des chapitres précédents, il a souvent été question des connaissances économiques à la disposition des agents : on l'a vu discrètement à propos de la création du marché aux fraises en Sologne, plus nettement à propos de l'évolution des conceptions de la gestion efficiente aux États-Unis ou de la construction d'un méga marché de l'assurance. De ces différents exemples, il ressort que le fait économique a la nature d'un fait social parce qu'il intervient en tant que mode d'appréhension du monde. Pour reprendre la formule employée par Michel Callon [1998], on peut parler d'un encastrement économique des faits économiques au sens où les connaissances économiques ne sont pas seulement un savoir sur des éléments existant en dehors du discours qui s'en empare, mais qu'elles font partie des moyens par lesquels ces réalités apparaissent et prennent formes. Dans le langage de Callon, l'économie (connaissance) « performe » l'économie (activité).

Comment une telle « performance » peut-elle avoir lieu ? Plusieurs éléments sont envisagés par la sociologie économique contemporaine. En premier lieu, l'économie (savoir) a une influence sur l'économie (pratique) dans la mesure où elle fournit des discours légitimant l'activité économique (« la recherche du profit est légitime puisque celle-ci permet de mieux servir le consommateur ») et qu'elle s'impose de plus en plus comme une dimension essentielle du politique ; ce que Frédéric Lebaron [2000] appelle la « croyance économique ». Cette inscription de l'économie (savoir) dans la société moderne passe par le fait que ce savoir est enseigné : l'école est devenue un des lieux de la diffusion massive de la connaissance économique, laquelle apparaît à beaucoup comme une des exigences élémentaires de l'éducation moderne. Que cette diffusion se fasse d'une

manière ciblée en vue de former des experts, comme c'est le cas des élèves de l'ENSAE étudiés par Lebaron, ou qu'elle se fasse par l'intermédiaire de la montée en puissance du journalisme économique [Duval, 2004], cette diffusion fait partie de l'encastrement économique de l'activité économique. En second lieu, l'économie (savoir) fournit aussi les cadres selon lesquels il convient de s'orienter dans l'activité pratique (le taux de l'inflation, les indices de valeur boursière, etc.), et elle participe, comme on l'a vu plus haut dans l'approche de Fligstein à la formation des conceptions du contrôle. En ce sens, l'économie (savoir) est une des « technologies invisibles » du fonctionnement marchand. Finalement, l'économie (savoir) s'incarne dans des dispositifs concrets de calcul qui définit ou redéfinit le marché, comme on peut le voir avec l'exemple des formules de détermination des prix des *futures* qui, quelques années après avoir été découvertes, s'introduisent silencieusement dans le marché sous forme de programme informatique à la disposition des *traders* [Godechot, 2001, Callon et Muniésa, 2003].

La sociologie économique s'appuie alors sur la sociologie de la connaissance et la sociologie des sciences et des techniques pour étudier une dimension que les économistes ont pourtant développée de leur côté, au point que l'on parle de « tournant cognitif » en économie [Orléan, 2002].

Quelles connaissances économiques ?

Poussant à l'extrême l'hypothèse de comportement rationnel, des économistes ont avancé l'hypothèse d'acteurs dotés d'anticipations rationnelles, c'est-à-dire d'acteurs qui agissent en ayant connaissance du modèle formel avec lequel l'économiste conceptualise le fonctionnement du système de marchés. Non seulement cela suppose une grande capacité de la part de tels agents, mais cela suppose aussi finalement que la distance entre l'individu et la société a disparu et qu'une socialisation extrême est à l'œuvre par le seul truchement des prix et la rationalité instrumentale. Le fait de ne prendre en compte qu'une seule forme de connaissance économique (celle des théoriciens) pose un problème de fond. Si on peut admettre — avec quelques réserves en raison de leur souci d'application pratique —, que les experts des ministères, des entreprises où les analystes financiers sont rompus eux aussi à la maîtrise des outils de la théorie économique, il est plus difficile de conférer aux autres acteurs

une telle compétence. D'un point de vue sociologique [Steiner, 1998, chap. 1], il faut admettre que les connaissances économiques des agents sont issues d'autres sources et puisent dans des différentes valeurs ou exigences axiologiques d'ordre politique, éthique, religieux selon lesquelles les individus pensent leur existence.

Un économiste comme Solow [1990, p. 2] insiste d'ailleurs sur le fait que ce sont les *connaissances de sens commun* et les *représentations communes des agents* qui importent pour comprendre leur comportement et leur réaction. Ce n'est pas par leur adéquation à la norme que constitue la théorie économique du moment que ces connaissances et représentations ont un rôle important ; pour une sociologie économique qui s'ancre dans une sociologie de la connaissance économique, le point digne d'attention consiste dans le repérage des connaissances réellement mobilisées ou mobilisables par les agents, puis de la compréhension du sens des actions auxquelles peuvent aboutir ces connaissances, finalement dans l'explication des régularités marchandes qui en découlent. Cette idée n'est pas sans intérêt lorsque l'on constate, par l'intermédiaire du questionnaire que Shiller [1989, chap. 23] a fait passer aux *traders* américains lors du krach financier de 1987. Alors que ces opérateurs ont une appréciation modérée des problèmes auxquels doit faire face l'économie, la chute du Dow Jones est spectaculaire (- 22,6 % en une journée). Il est utile de savoir que les *traders* avaient en tête la crise économique de 1929, référence qui explique une part de leur comportement dans cette journée-là.

Quelle est la nature de ces connaissances ? Assurément, comparées à celles des *virtuosi* de la théorie économique, elles manquent de rigueur, d'ampleur, et seront au mieux considérées comme des versions très dégradées des acquis de la théorie actuelle.

Prenons la mesure de la connaissance imparfaite que les citoyens ont des données économiques et du fonctionnement économique. Une enquête réalisée aux États-Unis [Walstad, 1996, 1997] met en relief cet état de fait puisque, à l'intérieur d'un échantillon représentatif de la population adulte, un nombre relativement faible d'individus sait répondre à des questions portant sur les grandeurs des principaux indicateurs de l'activité économique et sait les situer par rapport à un passé proche. Le tableau VII présente quelques-unes des informations recueillies à cette occasion ; l'écart entre ce que savent les personnes interrogées et ce qui leur serait nécessaire pour

apprécier rationnellement (en termes de théorie économique) la situation est très important alors même que, à l'exception de la dernière question, il s'agit de connaissances factuelles et non des mécanismes, autrement plus complexes, d'explication des enchaînements entre les variables.

Il apparaît que les connaissances factuelles sont de qualité très inégale : faibles pour le taux d'inflation, le montant du déficit du budget fédéral, le taux de rendement des investissements, nettement plus élevées dans le cas de la définition du déficit budgétaire, de la mesure de l'inflation ou du rôle de l'offre et de la demande. L'étude fait aussi apparaître des différences entre les individus selon leur niveau d'études (les réponses fournies par les personnes ayant suivi un enseignement universitaire étant meilleures que les autres).

Tableau VII. Réponses correctes à un questionnaire portant sur les connaissances économiques
(en %)

Réponse	Public dans son ensemble	Adultes ayant suivi des études universitaires
Taux de chômage	22	26
Taux d'inflation	11	12
Définition du déficit budgétaire	51	66
Montant du déficit budgétaire	19	24
Responsabilité de la politique fiscale	50	55
Responsabilité de la politique monétaire	33	47
Mesure du pouvoir d'achat	60	81
Taux de rendement	13	22
Rôle de l'offre et de la demande	64	79

Source : W. Walstad, 1995, 169.

Au-delà de ce premier constat, sans surprise, il est intéressant de souligner, dans la lignée des réflexions de Veblen ou de Simiand, l'importance que les grandeurs nominales prennent aux yeux des individus. Les économistes définissent l'illusion monétaire comme un comportement économique dans lequel le comportement de l'agent dépend des grandeurs exprimées dans telle ou telle unité monétaire et non pas des seules grandeurs réelles (grandeurs nominales divisées par un indice de prix). Le problème est particulièrement aigu lorsque existent des variations du niveau général des prix (inflation ou déflation).

Parmi les situations expérimentales retenues pour cerner l'existence de cette illusion monétaire [Shafir, Diamond et Tversky, 1997], retenons la suivante : Alain, Bernard et Charles gagnent chacun un million de francs, qu'ils dépensent immédiatement dans l'achat d'une maison. Chacun la revend au bout d'un an, mais les conditions économiques ne sont pas les mêmes : Alain a vendu sa maison 770 000 francs (23 % plus bas que le prix d'achat) en vivant dans une région qui connaît une déflation de 25 % ; les prix n'ont que peu varié (- 1 %) là où vivait Bernard qui a vendu sa maison 990 000 francs ; avec une inflation de 25 %, Charles a vendu sa maison 1 230 000 francs (23 % de plus que le prix d'achat). On demande qui a fait la meilleure opération économique. Les réponses font clairement apparaître l'importance du phénomène de l'illusion monétaire :

Tableau VIII. L'illusion monétaire

	Alain	Bernard	Charles
Résultat nominal	- 23 %	- 1 %	+ 23 %
Résultat réel	+ 2 %	0 %	- 2 %
Réponses, rang 1	37 %	17 %	48 %
2	10 %	73 %	16 %
3	53 %	10 %	36 %

Source : E. Shafir, P. Diamond et A. Tversky, 1997, 353-354.

Alors que Alain fait la meilleure opération, et Charles la plus mauvaise, deux tiers des réponses ne le conçoivent pas ainsi. En outre, la réponse modale était Charles, puis Bernard, puis Alain, ce qui veut dire que l'inversion des situations réelles et nominales a été le choix le plus fréquent. Les auteurs se montrent d'ailleurs circonspects devant la possibilité de modifier le comportement des agents au moyen de la théorie économique tant les raisonnements en termes nominaux semblent plus naturels, plus commodes à mettre en œuvre et fonctionnent très correctement dans nombre de situations (sans variation des prix). Ce phénomène n'avait pas échappé à Simmel lorsqu'il étudiait les conséquences sociales de l'introduction de la monnaie dans les échanges. La référence à Simmel n'a pas seulement un intérêt historique : comme Boudon [1990, chap. 3, p. 10] l'a montré, Simmel est aussi à l'origine d'une proposition importante pour la sociologie de la connaissance selon laquelle les erreurs résultent des *a priori* dont les individus font usage, y

compris lors des raisonnements corrects. En l'occurrence, la monnaie est un étalon de valeur, mais elle ne joue plus ce rôle dans le cas de variations complexes dans les taux d'inflation.

Croyances collectives et marchés financiers

André Orléan [1992] s'est penché sur le fonctionnement des marchés financiers pour montrer le rôle décisif des interactions entre les agents sur ces marchés. Contre l'idée selon laquelle les spéculateurs rationnels dominent les spéculateurs mal informés ou non rationnels en contribuant à stabiliser les cours, l'auteur revient à la profonde intuition de Keynes [1936, chap. 12] lorsque ce dernier affirmait que les spéculateurs ne se soucient pas tant de faire des estimations précises des rendements futurs des actifs financiers que d'anticiper, un peu avant les autres, les évolutions du marché. Dans cette configuration, les prix peuvent ne plus donner une information sur l'état de l'économie « réelle » et refléter seulement les croyances des spéculateurs. En effet, lorsque l'un d'eux a des doutes sur la qualité de ses informations, il est rationnel pour lui d'imiter le comportement de ses confrères (ils peuvent en détenir une meilleure) avec lesquels il se trouve en interaction. On se trouve ainsi dans une situation de « prophétie autoréalisatrice » selon l'expression forgée par Robert K. Merton [1957] : l'évolution des prix devient autoréférentielle au sens où la croyance (même sans fondement) dans telle évolution suffit à la faire advenir et l'observation subséquente des prix qui objective cette évolution ne fait ensuite que la confirmer pour donner lieu à une bulle spéculative dont la destinée est de déboucher sur une crise dès que les croyances s'inversent.

Dans un travail plus récent, le même auteur [Orléan, 2002] définit précisément la notion de « croyance sociale » à l'œuvre sur le marché financier lorsqu'un échangiste attribue une croyance aux autres échangistes portant non sur un fait (« telle monnaie est surévaluée par le marché »), mais sur la croyance du groupe qu'ils forment (« le marché croit que telle monnaie est surévaluée »). Dans ce cas de figure, l'échangiste peut très bien croire la proposition inverse (« cette monnaie n'est pas surévaluée »), mais agir selon la croyance qu'il impute au groupe, laquelle conduit les échanges et s'autoréalise.

Cette démonstration est assurément très importante dans une période où, par l'effet de la libéralisation des marchés financiers,

L'économie des conventions

Ce courant assez spécifique de la théorie économique française a de très nombreuses connections avec la sociologie économique. Le projet général qui l'anime tourne autour de l'étude des différentes modalités de coordination à l'œuvre dans le champ économique, comme c'est le cas avec l'entreprise, la banque centrale, les standards techniques, l'équité ou les normes de comportements [Orléan, 1994, p. 15]. Il s'agit alors de repérer les connaissances communes, les règles que suivent les individus dans les processus marchands où la recherche de l'intérêt est une donnée incontournable.

Comme l'a montré Olivier Favereau [1988], la *Théorie générale* de Keynes contient dans la partie consacrée au spéculateur un remarquable exposé d'une situation dans laquelle le mécanisme marchand repose sur un mode de coordination profondément différent de celui que suppose l'analyse économique standard du spéculateur : il s'agit d'une relation que l'on qualifie de spéculaire : il ne s'agit pas de trouver ce qui est vrai (le cours des actifs financiers en fonction des « fondamentaux » réels), mais de trouver avant les autres ce que ceux-ci vont, en moyenne, penser et faire. Pour reprendre une illustration classique, il s'agit d'une situation similaire à celle dans laquelle on demande à un joueur de dire quel sera le choix majoritaire des autres joueurs devant sélectionner telle photographie comme étant la plus percutante, la plus belle, etc. Il ne s'agit donc pas de donner son avis, quelque fondé qu'il soit, mais de deviner le choix d'autrui, puisque c'est ce qui assure le gain.

Il y a une grande similitude avec le projet de recherche de la sociologie économique tel que nous l'avons défini autour du repérage et de

l'analyse des médiations sociales concrètes qui permettent le fonctionnement effectif des relations marchandes ; à ce titre, le concept de réseau social peut être considéré comme une forme de coordination spécifique. D'ailleurs, il n'est pas sans avoir attiré l'attention d'économistes [Kirman et Vignes, 1989 ; Kirman, 1999] sensibles aux apories du marché walrassien et de la notion d'agent représentatif, deux formes de raisonnement qui négligent le problème de la coordination. L'étroitesse de la relation tient aussi beaucoup au fait que, dans les deux cas, la prise en compte de situations dans lesquelles interviennent différentes modalités de l'action est considérée comme nécessaire.

Pour autant, considérée dans les trois dimensions retenues ici, la sociologie économique a un programme propre avec l'examen de ce que Weber appelait l'étude des conséquences sociales de la généralisation de telle ou telle forme d'échange, mais aussi en raison du fait contingent qui voit la sociologie économique partir d'une démarche plus empirique dans laquelle la rationalité est plus une variable qu'une donnée [Swedberg, 1994].

ceux-ci sont devenus une contrainte majeure pour les politiques économiques des États. Frédéric Lordon [1997] développe l'idée selon laquelle la politique économique, avant de pouvoir peser sur l'économie « réelle », doit avant tout convaincre les marchés, être « crédible ». À défaut, si les opérateurs sur les marchés financiers pensent autrement, ils prendront des positions spéculatives contre les effets de ladite politique économique qui sera défaite avant d'avoir pu produire le moindre résultat. Par exemple, la théorie économique suppose habituellement qu'une élévation du taux d'intérêt rend plus attractive une devise en élevant la rémunération des actifs financiers libellés dans cette monnaie ; la devise étant plus demandée, le taux de change de cette dernière s'élève. Mais les opérateurs sur les marchés financiers peuvent interpréter une telle mesure différemment en pensant que la hausse du taux d'intérêt va freiner l'investissement et la croissance, susciter des conflits entre le gouvernement et la banque centrale, deux phénomènes qui rendent moins attractive la monnaie de ce pays et son taux de change qui va se déprécier.

Sociologie économique et connaissance économique

Il faut tirer une conséquence importante de l'existence de tels phénomènes. En effet, le schéma I (chap. II), indiquant que la théorie économique et la sociologie économique partaient des données économiques pour expliquer chacune à leur manière les phénomènes économiques, en restait à une approche positiviste dans laquelle les phénomènes économiques sont exempts d'influences liées aux connaissances économiques. Pour dépasser cette étape, on peut introduire une forme de réflexivité dans la sociologie économique qui fait intervenir l'interaction entre les représentations et les connaissances économiques comme médiation entre les données économiques et les résultats économiques.

Dans une sociologie économique prenant en compte le volet réflexif de son objet d'étude, la théorie économique n'est pas seulement une explication alternative, car elle intervient aussi à titre de médiation sociale par laquelle les données économiques (notamment tout ce qui concerne la formation des représentations) sont assimilées et interprétées par les agents. Il est tout aussi important de souligner qu'il n'y a pas que la théorie économique avec son souci de rigueur logique qui puisse

contribuer à la formation des représentations économiques, d'autres sources interviennent pour former le sens commun économique : les intérêts de chacun selon la place qu'il occupe dans l'activité économique, les valeurs (éthiques, religieuses, politiques) sont à l'origine de connaissances économiques contextualisées qui interviennent aussi.

En considérant l'encastrement cognitif des comportements économiques, c'est-à-dire les « effets de théorie » [Bourdieu] de la connaissance économique sur les comportements pratiques, la sociologie de la connaissance économique permet de donner une assise à la dimension critique de la sociologie économique lorsqu'elle dénonce la théorie économique se présentant comme discours d'expert, détaché de tout contexte social au nom d'une objectivité technique discutable. Ainsi que le disait déjà fermement Weber [1917, p. 462] : « [...] Les rationalisations économiques, aussi indiscutablement "justes" qu'elles soient d'un point de vue "technique", ne sont nullement justifiées en vertu de cette seule qualité devant le forum de l'appréciation. Cela vaut sans exception pour toutes les rationalisations, y compris les domaines en apparence aussi purement techniques que le système bancaire. » Ceux qui s'élèvent contre ces discours techniques ne sont pas nécessairement des insensés, dit l'auteur, ils contribuent à poser des questions cruciales lorsqu'il s'agit d'examiner les conséquences sociales du déploiement de telle ou telle configuration économique. De ce fait, la sociologie économique prend une dimension plus directement politique dans le contexte présent où l'argumentation économique est une composante forte du débat public à tous les niveaux.

Conclusion

La dimension cognitive n'est pas absente de la théorie économique, tout au contraire : c'est pour cette raison que la sociologie économique et la théorie économique peuvent sur ce point combiner leurs apports plutôt que s'opposer sur les principes. Depuis l'origine, la sociologie économique a mis l'accent sur le rôle des représentations (Durkheim, Veblen) et du sens de l'action (Weber) de manière à élargir la base actionniste de l'étude des phénomènes économiques. De son côté, par ses propres cheminements (théorie des anticipations), la théorie économique reconnaît l'importance de cette dimension : ce n'est pas là l'effet du hasard. Les économistes sont rattrapés par un

aspect du comportement humain, valable sur le marché comme ailleurs, qu'ils avaient, pour la plupart d'entre eux, laissé sur le bord de leur route. Or, cette dimension cognitive ne concerne pas seulement les informations à la disposition des agents (au sens où ce qui importerait seulement, ce sont les connaissances à leur disposition, avec les inéluctables asymétries d'information qui y sont associées) ou les compétences cognitives (les connaissances plus élaborées — les modèles — avec lesquelles les agents pensent le monde), mais aussi les valeurs par lesquelles les individus se représentent le monde et agissent en conséquence.

À ces différents niveaux, on peut associer différentes formes de rationalité, ainsi qu'a proposé de le faire Boudon [1998] et, dans le cas de la sociologie économique, sans doute les jeux entre rationalité instrumentale, rationalité axiologique et rationalité cognitive sont-ils les plus importants à considérer. Après tout, comme l'a montré Sen [1991], ce qui s'oppose véritablement au comportement rationnel intéressé, ce n'est pas l'altruisme, mais le comportement d'un agent qui, en connaissance de cause, choisit de ne pas chercher son intérêt au nom d'une valeur qui s'impose à lui.

Conclusion

L'apport de la sociologie économique est d'abord lié à l'étude de la construction sociale des relations marchandes et, plus généralement encore, de l'origine sociale des phénomènes économiques. Il ne s'agit pas seulement de mettre au jour un ensemble de représentations, d'institutions et de normes, plus ou moins contraignantes pour le déploiement sans entrave du comportement intéressé et du système marchand, que ces derniers finiraient, tôt ou tard, par transgresser et contourner. Il s'agit de rapports sociaux dont la logique de fonctionnement n'est pas économique, même s'ils permettent aux marchés de fonctionner et sont autant de moyens d'intervenir dans la lutte pour la maîtrise des chances de profits. Ils ne servent donc pas uniquement à protéger les sociétés humaines des ravages de l'économie. Cette *dimension historique*, ou plus exactement *institutionnelle*, de la sociologie économique la fait se rapprocher de l'école allemande qui a fleuri à la fin du XIX^e siècle et dont Weber et Schumpeter sont les héritiers, au sens où cette dernière s'était efforcée de produire une histoire raisonnée des faits économiques en tenant compte du contexte socio-politique et des éléments culturels et éthiques avec lesquels agissent les individus.

La *dimension analytique* de la sociologie économique, quant à elle, s'empare de ces résultats pour proposer une explication des phénomènes marchands, car ceux-ci ne sont pas toujours explicables par la seule coordination par les prix. Ayant identifié tout un ensemble de médiations sociales (réseaux sociaux, relations domestiques, politiques et juridiques, connaissances économiques) à l'œuvre sur les marchés, la sociologie économique propose des explications des régularités économiques qu'on y observe. À cet égard, l'accent mis sur les réseaux sociaux tient au

fait qu'il s'agit d'un domaine de recherche dans lequel les résultats les plus novateurs ont souvent été acquis ces dernières années, tant d'un point de vue théorique que d'un point de vue empirique.

Certes, les acquis de la sociologie économique contemporaine sont encore parcellaires, mais ils n'en sont pas moins probants et stimulants. Une bonne raison de le penser vient de l'accueil que leur réservent les économistes.

Comme on a eu l'occasion de le noter dans les chapitres précédents, les approches hétérodoxes de la théorie économique, comme l'économie des conventions et la théorie de la régulation, ont des points de contact avec la sociologie économique puisqu'elles puisent, elles aussi, dans les ressources qu'offrent la sociologie et l'histoire pour dépasser ce qui leur paraît insatisfaisant dans la théorie économique standard. Cependant, il faut souligner qu'une appréciation positive n'est pas étrangère aux économistes orthodoxes. Arrow [1998] a indiqué que, en ce qui concerne les problèmes de discrimination économique, la théorie économique n'a rien à dire et qu'il vaut mieux se tourner vers la sociologie des réseaux telle qu'elle a été appliquée au marché du travail. D'une manière plus générale, Kirman [1999] a insisté sur le fait que la théorie économique ne pouvant plus s'en tenir à la vision qui a été si longtemps la sienne de rapports marchands vides de tout contenu social, il fallait se tourner vers les notions d'organisation et de réseau de relations pour traiter de la coordination des agents sur le marché.

Tout cela dégage ce que l'on peut appeler le « programme fort » de la sociologie économique qui la porte à rencontrer sans détour les questions de la théorie économique de manière à y apporter des réponses scientifiquement pertinentes, impossibles à formuler dans le cadre de la théorie économique standard qui pense pouvoir s'exclure de l'idée, considérée comme fondamentale ici, du fait économique comme fait social. De ce fait, la sociologie économique comporte une *dimension critique* de la théorie économique. La critique ressortit d'abord au domaine scientifique dans lequel s'opposent des explications alternatives des régularités économiques. Il n'en va plus de même lorsque la théorie économique perd ses propres repères et se transforme en impérialisme économique, un pseudo-savoir qui, par glissements successifs, ramène tout comportement humain au choix rationnel, pour faire croire que l'analyse économique détiendrait l'*alpha* et l'*oméga* de l'excellence humaine et sociale [Lazear, 2000]. Cette dérive, dont un

économiste comme Knight [1933] se plaignait dès les années trente, transforme et érige l'argumentation savante en discours d'experts péremptoires. Adossée à une sociologie de la connaissance économique, la dimension culturelle et cognitive de la sociologie économique montre comment se forment et s'opposent différentes formes de connaissances dans le champ économique ; elle éclaire ainsi d'une manière originale le fonctionnement de ce dernier dans la mesure où les comportements économiques sont en partie façonnés par les connaissances à la disposition des acteurs.

La sociologie économique ne nourrit cependant aucune opposition de principe à l'économie économique. Au niveau de l'économie appliquée, il y a des relations étroites entre les deux approches parce qu'à ce niveau personne ne peut négliger les faits sociaux décisifs pour comprendre les faits économiques concrets. Au niveau théorique qui fixe en quelque sorte la référence centrale de l'économiste, les relations sont plus difficiles [Swedberg, 1990] mais, comme les exemples cités plus haut en sont la preuve, des liens solides sont noués entre les deux approches.

De par sa nature, la sociologie économique se trouve placée au confluent de la sociologie et de l'économie. En refusant les dichotomies habituelles (encastrement ou désencastrement social de l'économie, marché ou société, action rationnelle en finalité ou en valeur, etc.), elle se place dans un entre-deux où elle traque les difficultés contenues dans les situations hybrides que néglige la théorie économique standard. Cette démarche est sans doute une des raisons de la force de ses propositions. Elle est aussi un socle à partir duquel la sociologie économique définit progressivement une dynamique de recherche spécifique, susceptible d'améliorer et d'équilibrer les relations entre économie et sociologie.

Repères bibliographiques

- ABOLAFIA M., *Making Markets. Opportunism and Restraint on Wall Street*, Harvard UP, 1996.
- , « Market as cultures : an ethnographic approach », *Sociological Review*, 1998.
- AGUETTA M. et ORLÉAN A. *La Monnaie souveraine*, Odile Jacob, Paris, 1998.
- AKERLOF G.A., « The Market for "Lemons" : Quality Uncertainty and the Market Mechanism », *Quarterly Journal of Economics*, 1970.
- , *An Economic Theorist's Book of Tales. Essays that Entertain the Consequences of New Assumptions in Economic Theory*, Cambridge UP, 1984.
- ARROW J.K. (1974), *Les Limites de l'organisation*, PUF, Paris, 1976.
- , « What Has Economics to Say About Racial Discrimination ? », *Journal of Economic Perspectives*, 1998.
- ATTIAS-DONFUT C., *Les Solidarités entre générations, vieillesse, familles, État*, Nathan, Paris, 1995.
- BAKER W.E., « The Social Structure of a National Securities Market », *American Journal of Sociology*, 1984.
- , « What is money ? A social structural approach », in M.S. MIZRUCHI et M. SCHWARTZ (éd.), Cambridge UP, 1987.
- , « Market Network and Corporate Behaviour », *American Journal of Sociology*, 1990.
- BARBER B., « Absolutization of the Market : Some Notes on How we Got From There to Here », in G. DWORKIN, G. BERMANT et P.G. BROWN, *Markets and Morals*, Wiley and Sons, 1977.
- BECKER G.S., *The Economic Approach to Human Behaviour*, Chicago UP, 1976.
- , *Accounting for Tastes*, Harvard UP, 1996.
- BECKERT J., « What's Sociological about Economic Sociology ? Uncertainty and the Embeddedness of Economic Action », *Theory and Society*, 1996.
- BIGGART N.W., *Charismatic Capitalism. Direct Selling Organizations in America*, Chicago UP, 1989.
- BOUDON R., *L'Art de se persuader des idées douteuses, fragiles ou fausses*, Fayard, Paris, 1990.
- , « La rationalité axiologique », in S. Mesure (éd.), *La Rationalité des valeurs*, PUF, Paris, 1988a.

- , « Au-delà du modèle du choix rationnel », in B. SAINT-SERNIN et al. (éd.), *Les Modèles de l'action*, PUF, Paris, 1998b.
- BOURDIEU P., *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Minuit, Paris, 1979.
- , « Le capital social, note provisoire », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1980.
- , *Les Structures sociales de l'économie*, Seuil, Paris, 2000.
- BOYER R. et SAILLARD Y. (éd.), *Théorie de la régulation. L'état des savoirs*, La Découverte, Paris, 1995.
- BRAUDEL F., *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV^e-XVIII^e siècles*, Armand Colin, Paris, 1979.
- BURT R.S., *Structural Holes : The Social Structure of Competition*, Harvard UP, 1992.
- , « Le capital social, les trous structuraux et l'entrepreneur », *Revue française de sociologie*, 1995.
- CALLON M., « Introduction. The embeddedness of economic markets in economics », *Sociological Review*, 1998.
- , « Le réseau comme forme émergente et comme modalité de coordination », in CALLON M. et alii (éds.), *Réseaux et coordination*, Economica, Paris, 1999.
- CALLON M. et MUNIESA F., « Les marchés économiques comme dispositifs collectifs de calculs », *Réseaux*, 2003.
- CARLTON D.W., « The Theory and the Facts of How Market Clear », in R. SCHMALENSEE et R. WILLIG (éd.), *Handbook of Industrial Organization*, vol. 1, North-Holland, 1989.
- CARTELIER J., *La Monnaie*, Flammarion, Paris, 1996.
- CASTILLA E. et alii, « Social Networks in Silicon Valley », in CHONG-MOON L. (éd.), *The Silicon Valley Edge : a Habitat for Innovation and Entrepreneurship*, Stanford University Press, Stanford, 2000.
- CHAMBERLIN E., *Théorie de la concurrence monopolistique*, PUF, Paris, 1927.
- CHANTELAT P., « La nouvelle sociologie économique et le lien marchand », *Revue française de sociologie*, 2002.
- CHATTOE E. et GILBERT N., « Talking about Budgets : Time and Uncertainty in Household Decision Making », *Sociology*, 1999.
- COASE R.H. (1937) « The Nature of the Firm », *The Firm, the Market and the Law*, Chicago UP, 1988.
- COCHOY F., *Une histoire du marketing. Discipliner l'économie de marché*, La Découverte, Paris, 1999.
- , *Une sociologie du packaging. L'âne de Buridan face au marché*, PUF, Paris, 2003.
- , « La captation des publics, entre dispositifs et dispositions », in F. Cochoy (éd.), *La captation des publics*, PU du Mirail, 2004.
- COCHOY F. et DUBUISSON-QUELLIER S., « Les professionnels du marché », *Sociologie du travail*, 2000.
- COHENDET P., KIRMAN A. et ZIMMERMAN J.-B., « Émergence, formation et dynamique des réseaux. Modèles de la morphogénèse », *Revue d'économie industrielle*, 2003.
- COLEMAN J., *Foundation of Social Theory*, Belknap Press, 1990.
- COMMONS J.R., *Legal Foundations of Capitalism*, Kelley, 1924.

- , *Institutional Economics*, Macmillan, 1954.
- DAVID P., « Clio and the Economics of QWERTY », *American Economic Review*, 1985.
- DEGENNE A. et FORSÉ M., *Les réseaux sociaux. Une analyse structurale en économie*, A. Colin, Paris, 1994.
- DELARRE S. « La reproduction des groupes d'entreprises comme entités socio-économiques stables », *Revue française de sociologie*, 2005.
- DEMEULENAERE P., *Homo oeconomicus. Enquête sur la constitution d'un paradigme*, PUF, Paris, 1996.
- DI MAGGIO P. et LOUCH H., « Socially embedded consumer transactions : for what kind of purchases do people most often use networks ? » *American Sociological Review*, 1998.
- DUBUISSON-QUELLIER S., « Le prestataire, le client et le consommateur. Sociologie d'une relation marchande », *Revue française de sociologie*, 1999.
- DUBUISSON-QUELLIER S. et NEUVILLE J.-P. (éds.), *Juger pour échanger*, Éditions de L'EHESS, 2004.
- DURKHEIM É., *De la division du travail social*, PUF, Paris, 1893.
- , *Les Règles de la méthode sociologique*, PUF, 1895.
- DUVAL J., *Critique de la raison journalistique. Les transformations de la presse économique en France*, Seuil, Paris, 2004.
- ECCLES R.G. et WHITE H.C., « Price and Authority in Inter-Profit Center Transactions », *American Journal of Sociology*, 1988.
- ELIAS N., *Qu'est-ce que la sociologie ?*, Pandora, 1970.
- ELSTER J., *Nuts and Bolts for the Social Sciences*, Cambridge UP, 1989a.
- , *Solomonic Judgements. Studies in the Limitations of Rationality*, Cambridge UP-Maison des sciences de l'homme, 1989b.
- , « Rationalité et normes sociales : un modèle pluridisciplinaire », in L.A. GÉRARD-VARET et J.-C. PASSERON (éd.), EHESS, 1995.
- , « Emotions and Economic Theory », *Journal of Economic Literature*, 1998.
- EMIRBAYER M., « Manifesto for a Relational Sociology », *American Journal of Sociology*, 1997.
- ESPING-ANDERSEN G., *Les Trois âges de l'État-providence*, PUF, Paris, 1990.
- EYMARD-DUVERNAY F., *Économie politique de l'entreprise*, La Découverte, « Repères », Paris, 2004.
- EYMARD-DUVERNAY F. et MARCHAL E., *Façons de recruter. Le jugement des compétences sur le marché du travail*, Métailié, Paris, 1997.
- FAVEREAU O., « La Théorie générale : de l'économie conventionnelle à l'économie des conventions », *Cahier d'économie politique*, 1988.
- , « Marchés internes, marchés externes », *Revue économique*, 1989.
- FAVEREAU O., BIENCOURT O. et EYMARD-DUVERNAY F., « Where do Markets Come from ? From (Quality) Conventions ! », in FAVEREAU O. et LAZEGA E. (éds.), *Conventions and Structures in Economic Organization*, Edward Elgar, Cheltenham/Northampton, 2002.
- FERNANDEZ R.M. et WEINBERG N., « Sifting and Sorting : Personal

- Contacts and Hiring in a Retail Bank », *American Sociological Review*, 1997.
- FLIGSTEIN N., *The Transformation of Corporate Control*, Harvard UP, 1990.
- , *The Architecture of Markets. An Economic Sociology of 21st Century Capitalist Societies*, Princeton University Press, Princeton, 2001.
- FORSÉ M., « Capital social et emploi », *L'Année sociologique*, 1997.
- FRANK R.H., GILOVICH T. et REGAN D.T., « Does Studying Economics Inhibit Cooperation ? », *Journal of Economic Perspectives*, 1993.
- FREY B.S., *Not Just for the Money. An Economic Theory of Personal Motivation*, Edward Elgar, 1997.
- GADREY J., JANY-CATRICE F. et RIBAUT T., *France, Japon, États-Unis : l'emploi en détail*, PUF, Paris, 1999.
- GARCIA-PARPET M.-F., « La construction sociale d'un marché parfait : le marché au cadran de Fontaines-en-Sologne », *Actes de la recherches en sciences sociales*, 1986.
- GEERTZ C., « The Bazaar Economy : Information and Search in Peasant Marketing », *American Economic Review*, 1978.
- GÉRARD-VARET L.-A. et PASSERON J.-C. (éd.), *Le Modèle et l'enquête. Les usages du principe de rationalité dans les sciences sociales*, EHESS, Paris, 1995.
- GISLAIN J.-J. et STEINER P., *La Sociologie économique (1890-1920) : Durkheim, Pareto, Schumpeter, Simiand, Veblen et Weber*, PUF, Paris, 1995.
- GODECHOT O., *Les Traders. Essai de sociologie des marchés financiers*, La Découverte, Paris, 2001.
- GOTMAN A., *Hériter*, PUF, Paris, 1988.
- GRANOVETTER M. (1974), *Getting a Job*, Chicago UP, 1995.
- , « Toward a Sociological Theory of Income Differences », in I. BERG (éd.), *Sociological Perspectives on Labor Markets*, Academic Press, 1981.
- , « The Old and the New Economic Sociology », in R. FRIEDLAND et A.F. ROBERTSON (éd.), *Beyond the Marketplace*, Aldine de Gruyter, 1990.
- , « The Nature of Economic Relationships », in R. SWEDBERG (éd.), Russel Sage Foundation, 1993.
- , « La construction économique des institutions », in A. ORLÉAN (éd.), PUF, Paris, 1994a.
- , « Business Groups », in N.J. SMELSER et R. SWEDBERG (éd.), Princeton UP, 1994b.
- , « The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs », in A. PORTES (éd.), Russel Sage Foundation, 1995.
- , *Le Marché autrement*, Desclée de Brouwer, Paris, 2000.
- GRANOVETTER M. et MCGUIRE P., « The making of an industry : electricity in the United States », *Sociological Review*, 1998.
- GROSSETTI M. et BÈS M.-P., « Science-industrie : encastrément et découplage », *Revue française de sociologie*, 2001.
- HATCHUEL A., « Les marchés à prescripteurs. Crise de l'échange et genèse sociale », in A. JACOB et H. VÉRIN (éd.), L'Harmattan, Paris, 1995.
- , « Quel horizon pour les sciences de gestion ? Vers une

- théorie de l'action collective », in DAVID A. et alii (éds.), *Les Nouvelles Fondations des sciences de gestion*, Vuibert, Paris, 2000.
- HALBWACHS M., *La Classe ouvrière et les niveaux de vie, recherches sur la hiérarchie des besoins dans les sociétés industrielles*, Alcan, Paris, 1913.
- HIRSCHMAN A., *Vers une économie politique élargie*, Minuit, Paris, 1986.
- HODGSON G.M., *Economics and Institutions. A Manifesto for a Modern Institutional Economics*, Polity Press, 1988.
- HURLBERT J., BEGGS J. et HAINES V., « Social Networks and Social Capital in Extreme Environments », in LIN N., COOK K. et BURT R. (éds.), *Social Capital. Theory and Research*, Aldine de Gruyter, New York, 2001.
- JACOB A. et VÉRIN H. (éd.), *L'Inscription sociale du marché*, L'Harmattan, Paris, 1995.
- KAHNEMAN D., KNETSCH J.L. et THALER R., « Fairness as a Constraint on Profit Seeking : Entitlements in the Market », *American Economic Review*, 1986.
- KARPIK L., « L'économie de la qualité », *Revue française de sociologie*, 1989.
- , « Le Guide rouge Michelin », *Sociologie du travail*, 2000.
- KEYNES J.-M. (1936) *La Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie*, Payot, Paris, 1972.
- KIRMAN A.P., « The Intrinsic Limits of Modern Economic Theory : The Emperor Has No Clothes », *Economic Journal*, 1989.
- , « Whom or What Does the Representative Individual Represent ? » *Journal of Economic Perspectives*, 1992.
- , « Quelques réflexions à propos du point de vue des économistes sur le rôle de la structure organisationnelle dans l'économie », *Revue d'économie industrielle*, 1999.
- KIRMAN A.P. et VIGNES A., « Price Dispersion : Theoretical Consideration and Price Evidence from the Marseilles Fish Market », in J.K. ARROW (éd.), *Issues in Contemporary Economics*, Macmillan, 1989.
- KNIGHT F.H., *Risk, Uncertainty and Profit*, Houghton Mifflin, 1921.
- , *The Economic Organization*, Kelley, 1933.
- LALLEMENT M., *Sociologie des relations professionnelles*, La Découverte, Paris, 1996.
- , *Les Gouvernances de l'emploi. Relations professionnelles et marché du travail en France et en Allemagne*, Desclée de Brouwer, Paris, 1999.
- LA PRADELLE M. DE, *Les Vendredis de Carpentras. Faire son marché en Provence ou ailleurs*, Fayard, Paris, 1996.
- LAVILLE J.-L. et NYSENS M. (éds.), *Les Services sociaux entre associations, État et marché*, La Découverte, Paris, 2001.
- LAWLER E.J. et YOON J., « Network structure and emotions in exchange relations », *American Sociological Review*, 1998.
- LAZEAR E., « Economic Imperialism », *Quarterly Journal of Economics*, 2000.
- LAZEGA E., « Analyse de réseaux et sociologie des organisations », *Revue française de sociologie*, 1994.
- , *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, PUF, Paris, 1998.

- , *The Collegial Phenomenon*, Oxford University Press, Oxford, 2001.
- LEBARON F., *La Croyance économique. Les économistes entre science et politique*, Seuil, Paris, 2000.
- LEONINI L., « Consumare o trasmettere ? Qualche riflessione sulla trasmissione ereditaria dei beni », *Rassegna italiana di sociologia*, 1995.
- LIN N., *Social Capital. A Theory of Social Structure and Action*, Cambridge University Press, Cambridge/New York, 2001.
- LINDENBERG S., « Homo Socio Oeconomicus : The Emergence of a General Model of Man in the Social Sciences », *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 1990.
- LORDON F., *Les Quadratures de la politique économique*, A. Michel, Paris, 1997.
- LORENZ E., « Confiance, contrats et coopération économique », *Sociologie du travail*, 1996.
- MACAULAY S., « Non-Contractual Relations in Business », *American Sociological Review*, 1963.
- MACHINA M.J., « Choice Under Uncertainty : Problems Solved and Unsolved », *Journal of Economic Perspectives*, 1987.
- MALINOWSKI B. (1922), *Les Argonautes du Pacifique occidental*, Gallimard, Paris, 1989.
- MARAIS J.-L., *Histoire du don en France de 1800 à 1939. Dons et legs charitables, pieux et philanthropiques*, PUR, Rennes, 1999.
- MARSHALL A. (1890), *Principles of Economics*, MacMillan, 1961.
- MARX K. (1862) *Le Capital*, Éditions sociales, Paris, 1974.
- MARX K. et ENGELS F. (1848) *Manifeste du parti communiste*, Éditions sociales, 1976.
- MARWELL G. et AMES R.E., « Economists Free Ride : Does Anybody Else ? Experiments on the Provision of Public Goods », *Journal of Public Economics*, 1981.
- MAUSS M. (1925), « Essai sur le don », *Sociologie et anthropologie*, PUF, Paris, 1980.
- MAUSS M. et FAUCONNET P., « Sociologie », in M. MAUSS, *Œuvres*, t. 3, Minuit, 1901.
- MCGUIRE P., GRANOVETTER M. et SCHWARZ M., « Thomas Edison and the Social Construction of the Early Electricity Industry in America », in R. SWEDBERG (éd.), Russel Sage, 1993.
- MCKENZIE L.W., « General Equilibrium », *New Palgrave Dictionary of Political Economy*, 1985.
- MERTON R.K., *Éléments de théorie et de méthode sociologique*, Plon, Paris, 1957.
- MEYER J.-L., « Intermédiaires de l'emploi et marché du travail », *Sociologie du travail*, 1998.
- MILL J.-S. (1844), *Système de logique*, Mardaga, Paris, 1988.
- MILLER D., *A Theory of Shopping*, Cornell University Press, Ithaca, 1998.
- MISES L. von (1929), *Epistemological Problems of Economics*, New York UP, 1976.
- MIZRUCHI M. et SCHWARZ M. (éd.), *Intercorporate Relations : The Structural Analysis of Business*, Cambridge UP, 1987.
- MIZRUCHI M.S., HAN S. et DORDICK G.A., « Flux de ressources et réseaux inter-organisationnels. Prêts bancaires et représentation au conseil d'administration »,

- Revue française de sociologie*, 1995.
- NORTH D.C., « Markets and Other Allocation Systems in History : The Challenge of Karl Polanyi », *Journal of European Economic History*, 1977.
- OBERSCHALL A. et LEIFER E.M., « Efficiency and Institutions : Uses and Misuses of Economic Reasoning in Sociology », *Annual Review of Sociology*, 1986.
- ORLÉAN A., « Contagion des opinions et fonctionnement des marchés financiers », *Revue économique*, 1992.
- , « Le tournant cognitif en économie », *Revue d'économie politique*, 2002.
- , « L'économie des conventions : définition et résultats », in ORLÉAN A. (éd.) *Analyse économique des conventions*, 2^e éd., PUF, Paris, 2004.
- , « La sociologie économique et l'unité des sciences sociales », *L'Année sociologique*, 2005.
- PARETO V. (1909), *Manuel d'économie politique*, Droz, Genève, 1981.
- (1917), *Traité de sociologie générale*, Droz, Genève, 1968.
- POLANYI K. (1944), *La Grande Transformation*, Gallimard, Paris, 1983.
- (1947), « Our Obsolete Market Mentality », *Primitive, Archaic and Modern Economies. Essays of Karl Polanyi*, Anchor Books, 1968.
- , *The Livelihood of Man*, Academic Press, 1977.
- POLANYI K. et ARENSBERG C. (1957), *Les Systèmes économiques dans l'histoire et dans la théorie*, Larousse, Paris, 1975.
- PORTES A. (éd.), *The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity and Entrepreneurship*, Russel Sage Foundation, 1995.
- , « Social Capital : Its Origins and Application in Modern Sociology », *Annual Review of Sociology*, 1998.
- REYNAUD B., *Le salaire, la règle et le marché*, Bourgois, Paris, 1992.
- , *Les Règles économiques et leurs usages*, Odile Jacob, Paris, 2002.
- SALMONA M., « Anthropologie sociale et clinique des pratiques de l'argent en France », in J.-M. SERVET (éd.), *Exclusion et liens financiers*, Economica, Paris, 1999.
- SAXENIAN A., *Regional Advantage. Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Harvard University Press, Cambridge, 1994.
- SEN A. (1985), « Rational Behaviour », *New Palgrave Dictionary of Political Economy*.
- (1987), *Éthique et économie*, PUF, Paris, 1993.
- SERVET J.-M., *L'Euro au quotidien. Une question de confiance*, Desclée de Brouwer, Paris, 1998.
- (éd.), *Une économie sans argent. Les systèmes d'échange local*, Seuil, Paris, 1999.
- SCHUMPETER J. (1911), *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz, Paris, 1935.
- SHAFIR E., DIAMOND P. et TVERSKY A., « Money Illusion », *Quarterly Journal of Economics*, 1997.
- SHILLER R., *Market Volatility*, The MIT Press, Cambridge, 1989.
- , *Macro Markets. Creating Institutions for Managing Society's Largest Economic Risks*, Oxford

- University Press, New York, 1993.
- SHUBIK M. (1982), *Théorie des jeux et sciences sociales*, Economica, Paris, 1991.
- SIMIAND F., *Cours d'économie politique*, Domat-Montchrestien, Paris, 1928-1931.
- , *Le Salaire, l'évolution sociale et la monnaie*, Alcan, Paris, 1932.
- , « La monnaie, réalité sociale », *Annales sociologiques*, 1934.
- SIMMEL G. (1900), *Philosophie de l'argent*, PUF, Paris, 1987.
- (1908), « Conflict », *Conflict and the Web of Group Affiliation*, The Free Press, 1955.
- SIMON H., « From Substantive to Procedural Rationality », *Models of Bounded Rationality*, MIT Press, 1976.
- , « Rationality as Process and as Product of Thought », *Models of Bounded Rationality*, MIT Press, 1978.
- SMELSER N.J. et SWEDBERG R. (éd.), *Handbook of Economic Sociology*, Princeton UP, 1994.
- SMITH A. (1776) *Enquête sur la nature et les causes de la richesse des nations*, Flammarion, Paris, 1991.
- SMITH C., *Auctions. The Social Construction of Value*, California UP, 1990.
- SMITH D.A. et WHITE D.R., « Structure and Dynamics of the Global Economy : Network Analysis of International Trade 1965-1980 », *Social Forces*, 1992.
- SOLOW R., *The Labor Market as a Social Institution*, Blackwell, Oxford, 1990.
- , *Sociologie de la connaissance économique. Essai sur les rationalisations de la connaissance économique (1750-1850)*, PUF, Paris, 1998.
- STEINER Ph., « Encastrément et sociologie économique », in HUAULT I. (éd.), *La Construction sociale de l'entreprise*, éditions EMS, 2002.
- , « Le don d'organes : une affaire de familles ? », *Annales HSS*, 2004a.
- , *L'École durkheimienne et l'économie*, Droz, Paris, 2004b.
- STIGLITZ J.E., « The Causes and Consequences of the Dependence of Quality on Price », *Journal of Economic Literature*, 1987.
- SWEDBERG R. (1987), *Une histoire de la sociologie économique*, Desclée de Brouwer, Paris, 1994.
- , *Economics and Sociology. Redefining their Boundaries : Conversations with Economists and Sociologists*, Princeton UP, 1990.
- (éd.), *Exploration in Economic Sociology*, Russel Sage Foundation, 1993.
- , « Markets as Social Structures », in N.J. SMELSER et R. SWEDBERG (éd.) Princeton UP, 1994.
- , *Max Weber and the Idea of Economic Sociology*, Princeton UP, 1998.
- , *Principles of Economic Sociology*, Princeton University Press, Princeton, 2003.
- THALER R.H., *Quasi Rational Economics*, Russel Sage Foundation, 1992.
- THÉVENOT L., « Les investissements de forme », in *Conventions économiques*, PUF, Paris, 1987.
- TITMUS R.M. (1970), *The Gift Relationship : from Human Blood to Social Policy*, London School of Economics, 1997.

- TROMPETTE P., « Les chemins tracés de la fluidité marchande », *Revue française de sociologie*, 2005.
- USEEM M., « The Social Organization of the American Business Elite and Participation of Corporation Directors in the Governance of American Institutions », *American Journal of Sociology*, 1979.
- UZZI B., « The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations : the Network Effect », *American Sociological Review*, 1996.
- VATIN F., *Le Lait et la raison marchande. Essai de sociologie économique*, Presses universitaires de Rennes, 1996.
- VEBLEN T. (1899), *La Théorie de la classe de loisir*, Gallimard, Paris, 1970.
- WALSTAD W., « Economic knowledge and the formation of economic opinions and attitudes », in P. LUNT et A. FURNHAM (éd.), *Economic Socialization. The Economic Beliefs and Behaviours of Young People*, Elgar, 1996.
- , « Effects of Economic Knowledge on Public Opinion of Economic Issues », *Journal of Economic Education*, 1997.
- WASSERMAN S. et FAUST K., *Social Network Analysis. Methods and Applications*, Cambridge UP, 1994.
- WEBER M. (1904), « L'objectivité de la connaissance dans les sciences et la politique sociales », *Essais sur la théorie de la science*, Plon, Paris, 1965.
- (1905), *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Plon, Paris, 1964.
- (1917), « Essai sur le sens de la "neutralité axiologique" dans les sciences sociologiques et économiques », *Essais sur la théorie de la science*, Plon, Paris, 1965.
- (1921), *Économie et société*, Plon, Paris, 1970.
- WHITE H.C., « Where Do Markets Come From ? » *American Journal of Sociology*, 1981.
- WHITE H., *Identity and Control*, Princeton University Press, Princeton, 1992.
- , *Markets from Networks*, Princeton University Press, Princeton, 2002.
- WILLIAMSON O.E., « The Economics of Organization : The Transaction Cost Approach », *American Journal of Sociology*, 1981.
- (1985), *Les Institutions économiques du capitalisme*, Éditions d'organisation, Paris, 1996.
- WONG S. et SALAFF J.W., « Network Capital », *British Journal of Sociology*, 1998.
- ZELIZER V., *Pricing the Priceless Child. The Changing Social Value of Children*, Basic Books, 1985.
- , « Beyond the Polemics on the Market : Establishing a Theoretical and Empirical Agenda », *Sociological Forum*, 1988.
- , *The Social Meaning of Money*, Basic Books, 1994.
- , *Morals and Markets. The Development of Life Insurance in the United States*, Transaction Books, New Brunswick, 1983.
- ZUKIN S. et DI MAGGIO P., *Structures of Capital : The Social Organization of the Economy*, Cambridge UP, 1990.

Table des matières

Introduction	3
I De l'ancienne à la nouvelle sociologie économique	
<hr/>	
Origine de la sociologie économique	8
Pareto : la nécessaire complexification de l'économie, 9	
□ Encadré : <i>Les approximations successives chez Pareto</i> , 10	
Durkheim : le remplacement de l'économie par la sociologie économique, 10	
□ Encadré : <i>L'institution et la sociologie économique durkheimienne</i> , 12	
□ Encadré : <i>La conception wébérienne du social</i> , 13	
Weber : la complémentarité de l'économie et de la sociologie économique, 13	
Institutions et comportements économiques	14
Division du travail et échange, 15	
Consommation et comportements d'achat, 17	
Théories de l'action économique	19
Les actions économiques rationnelles et leurs ombres, 19	
□ Encadré : <i>Actions logiques et non logiques selon Pareto</i> , 21	
□ Encadré : <i>Les rationalités de l'action selon Weber</i> , 23	
Le cas de l'entrepreneur, 24	
La nouvelle sociologie économique	25
Définition de la nouvelle sociologie économique, 26	
□ Encadré : <i>L'impérialisme économique</i> , 27	

II La sociologie économique du marché

Comportement rationnel et système de marchés	29
Des abstractions utiles..., 30	
□ Encadré : <i>La théorie du choix rationnel</i> , 31	
□ Encadré : <i>La théorie de l'équilibre général</i> , 32	
□ Encadré : <i>Les expériences sur le « cavalier seul »</i> , 33	
... mais non suffisantes, 33	
L'apport de la sociologie économique, 34	
L'encastrement social des relations marchandes	36
L'encastrement historique des relations marchandes, 36	
L'encastrement structural des relations marchandes, 37	
Diverses formes d'encastrement, 38	
La démarche de la sociologie économique	39
Origines des relations marchandes, 39	
Le fonctionnement des rapports marchands, 40	
La signification culturelle des relations marchandes, 41	

III La construction sociale des relations marchandes

La construction sociale des marchés	43
Le marché aux fraises en Sologne, 44	
Le secteur de l'industrie électrique aux États-Unis, 46	
Le commerce de détail : le contraste France/Japon, 48	
Construction sociale des relations marchandes et néo-institutionnalisme, 50	
□ Encadré : <i>La théorie économique néo-institutionnaliste des coûts de transaction</i> , 51	
La construction de méga marchés d'assurance, 52	
La monnaie et la finance comme institutions sociales	54
Les usages sociaux de la monnaie, 54	
Les marchés financiers, 57	
Marché du travail et relations sociales	59
Comment trouve-t-on un emploi ?, 59	
Le marché du travail comme institution sociale, 62	
□ Encadré : <i>Le rapport salarial comme institution</i> , 63	
La construction sociale de la concurrence	64
La concurrence comme système de relations sociales, 64	
Conclusion, 68	

IV Réseaux sociaux et fonctionnement des marchés

Réseau social et encastrement structural	70
Qu'est-ce qu'un réseau social ?, 70	
□ Encadré : <i>Densité, centralité et prestige</i> , 71	
Encastrement social et capital social, 72	
Réseau social, emploi et carrière	75
Les amis, la confiance et l'emploi, 76	

□ Encadré : <i>Triade interdite et force des liens faibles</i> , 79	
Les collègues et la carrière, 80	
Force des liens faibles ou trou structural ?, 81	
□ Encadré : <i>Équivalence structurale, trous structureaux et entrepreneurs</i> , 82	
Confiance, opportunisme et relations interindustrielles, 84	
Réseaux et fonctionnement social des marchés	87
Taille des marchés et volatilité des prix, 88	
□ Encadré : <i>Les cliques selon l'analyse de réseaux</i> , 89	
Équivalence structurale et reproduction de la structure du marché, 91	
□ Encadré : <i>L'importance de la question de la qualité</i> , 93	
Conclusion	95
V L'encastrement cognitif et le marché	
Quelles connaissances économiques ?	97
Croyances collectives et marchés financiers	101
□ Encadré : <i>L'économie des conventions</i> , 102	
Sociologie économique et connaissance économique	103
Conclusion	104
Conclusion	106
Repères bibliographiques	109

Collection

R E P È R E S

dirigée par

JEAN-PAUL PIRIOU
(de 1987 à 2004) puis
par PASCAL COMBEMALE,
avec BERNARD COLASSE,
FRANÇOISE DREYFUS,
HERVÉ HAMON,
DOMINIQUE MERLLIÉ,
CHRISTOPHE
PROCHASSON
et MICHEL RAINELLI

Affaire Dreyfus (L'), n° 141,
Vincent Duclert.

**Aménagement du territoire
(L')**, n° 176,
Nicole de Montricher.

**Analyse financière de
l'entreprise (L')**, n° 153,
Bernard Colasse.

Archives (Les), n° 324, Sophie
Cœuré et Vincent Duclert.

**Argumentation dans la
communication (L')**, n° 204,
Philippe Breton.

Audit (L'), n° 383, Stéphanie
Thiéry-Dubuisson.

Balance des paiements (La),
n° 359, Marc Raffinot,
Baptiste Venet.

Bibliothèques (Les), n° 247,
Anne-Marie Bertrand.

Bourse (La), n° 317, Daniel
Goyeau et Amine Tarazi.

Budget de l'État (Le), n° 33,
Maurice Baslé.

**Calcul des coûts dans les
organisations (Le)**, n° 181,
Pierre Mévellec.

Calcul économique (Le),
n° 89, Bernard Walliser.

Capitalisme financier (Le),
n° 356, Laurent Batsch.

Capitalisme historique (Le),
n° 29,
Immanuel Wallerstein.

**Catégories
socioprofessionnelles (Les)**,
n° 62, Alain Desrosières
et Laurent Thévenot.

**Catholiques en France depuis
1815 (Les)**, n° 219,
Denis Pelletier.

Chômage (Le), n° 22,
Jacques Freyssinet.

**Chronologie de la France au
xx^e siècle**, n° 286,
Catherine Fhima.

Collectivités locales (Les),
n° 242, Jacques Hardy.

Commerce international (Le),
n° 65, Michel Rainelli.

**Comptabilité anglo-saxonne
(La)**, n° 201, Peter Walton.

**Comptabilité en perspective
(La)**, n° 119,
Michel Capron.

Comptabilité nationale (La),
n° 57, Jean-Paul Piriou.

Concurrence imparfaite (La),
n° 146, Jean Gabszewicz.

Conditions de travail (Les),
n° 301, Michel Gollac
et Serge Volkoff.

**Consommation des Français
(La)** :
1. n° 279 ;
2. n° 280, Nicolas Herpin et
Daniel Verger.

**Constitutions françaises
(Les)**, n° 184, Olivier Le
Cour Grandmaison.

**Construction européenne
(La)**, n° 326, Guillaume
Courty et Guillaume Devin.

Contrôle budgétaire (Le),
n° 340, Nicolas Berland.

Contrôle de gestion (Le),
n° 227, Alain Burlaud,
Claude J. Simon.

Coût du travail et emploi,
n° 241, Jérôme Gautié.

**Critique de l'organisation du
travail**, n° 270,
Thomas Coutrot.

**Culture de masse en France
(La)** :
1. 1860-1930, n° 323,
Dominique Kalifa.

Culture d'entreprise (La),
n° 410, Éric Godelier.

**Démocratisation de
l'enseignement (La)**,
n° 345, Pierre Merle.

Démographie (La), n° 105,
Jacques Vallin.

**Développement économique
de l'Asie orientale (Le)**,
n° 172, Éric Bouteiller
et Michel Fouquin.

DOM-TOM (Les), n° 151,
Gérard Belorgey
et Geneviève Bertrand.

Droits de l'homme (Les),
n° 333, Danièle Lochak.

Droit du travail (Le), n° 230,
Michèle Bonnechère.

**Droit international
humanitaire (Le)**, n° 196,
Patricia Buirette.

Droit pénal, n° 225,
Cécile Barberger.

Économie bancaire, n° 268,
Laurence Scialom.

**Économie britannique depuis
1945 (L')**, n° 111,
Véronique Riches.

Économie chinoise (L'),
n° 378, Françoise Lemoine.

Économie de l'Afrique (L'),
n° 117, Philippe Hugon.

Économie de l'éducation,
n° 409, Marc Gurgand.

**Économie de
l'environnement**, n° 252,
Pierre Bontems
et Gilles Rotillon.

Économie de l'euro, n° 336,
Agnès Benassy-Quéré
et Benoît Cœuré.

Économie française 2005 (L'),
n° 394, OFCE.

Économie de l'innovation,
n° 259, Dominique Guellec.

**Économie de la connaissance
(L')**, n° 302,
Dominique Foray.

Économie de la culture (L'),
n° 192,
Françoise Benhamou.

Économie de la distribution,
n° 372, Marie-Laure Allain
et Claire Chambolle.

Économie de la drogue (L'),
n° 213, Pierre Kopp.

Économie de la presse,
n° 283, Patrick Le Floch
et Nathalie Sonnac.

**Économie de la propriété
intellectuelle**, n° 375,
François Lévêque et
Yann Ménière.

Économie de la qualité,
n° 390, Bénédicte Coestier
et Stéphan Marette.

**Économie de la
réglementation (L')**, n° 238,
François Lévêque.

Économie de la RFA (L'),
n° 77,
Magali Demotes-Mainard.

**Économie des coûts de
transaction**, n° 407,
Stéphane Saussier et Anne
Yvrande-Billar.

Économie des États-Unis (L'),
n° 341, Hélène Baudchon et
Monique Fouet.

**Économie des fusions et
acquisitions**, n° 362,

- Nathalie Coutinet et Dominique Sagot-Duvaurox.
- Économie des inégalités (L')**, n° 216, Thomas Piketty.
- Économie des logiciels**, n° 381, François Horn.
- Économie des organisations (L')**, n° 86, Claude Menard.
- Économie des relations interentreprises (L')**, n° 165, Bernard Baudry.
- Économie des réseaux**, n° 293, Nicolas Curien.
- Économie des ressources humaines**, n° 271, François Stankiewicz.
- Économie des ressources naturelles**, n° 406, Gilles Rotillon.
- Économie du droit**, n° 261, Thierry Kirat.
- Économie du Japon (L')**, n° 235, Évelyne Dourille-Feer.
- Économie du sport (L')**, n° 309, Jean-François Bourg et Jean-Jacques Gouguet.
- Économie et écologie**, n° 158, Frank-Dominique Vivien.
- Économie informelle dans le tiers monde**, n° 155, Bruno Lautier.
- Économie marxiste du capitalisme**, n° 349, Gérard Duménil et Dominique Lévy.
- Économie mondiale 2005 (L')**, n° 393, CEPIL.
- Économie politique de l'entreprise**, n° 392, François Eymard-Duvernay.
- Économie politique internationale**, n° 367, Christian Chavagneux.
- Économie sociale (L')**, n° 148, Claude Vienney.
- Emploi en France (L')**, n° 68, Dominique Gambier et Michel Vernières.
- Employés (Les)**, n° 142, Alain Chenu.
- Ergonomie (L')**, n° 43, Maurice de Montmollin.
- Éthique dans les entreprises (L')**, n° 263, Samuel Mercier.
- Éthique économique et sociale**, n° 300, Christian Arnsperger et Philippe Van Parijs.
- Étudiants (Les)**, n° 195, Olivier Galland et Marco Oberti.
- Évaluation des politiques publiques (L')**, n° 329, Bernard Perret.
- Féminin, masculin**, n° 389, Michèle Ferrand.
- FMI (Le)**, n° 133, Patrick Lenain.
- Fonction publique (La)**, n° 189, Luc Rouban.
- Formation professionnelle continue (La)**, n° 28, Claude Dubar.
- France face à la mondialisation (La)**, n° 248, Anton Brender.
- Franc-maçonneries (Les)**, n° 397, Sébastien Galceran.
- Front populaire (Le)**, n° 342, Frédéric Monier.
- Gestion financière des entreprises (La)**, n° 183, Christian Pierrat.
- Gouvernance de la mondialisation (La)**, n° 403, Jean-Christophe Graz.
- Gouvernance de l'entreprise (La)**, n° 358, Roland Perez.
- Grandes économies européennes (Les)**, n° 256, Jacques Mazier.
- Guerre froide (La)**, n° 351, Stanislas Jeannesson.
- Histoire de l'administration**, n° 177, Yves Thomas.
- Histoire de l'Algérie coloniale, 1830-1954**, n° 102, Benjamin Stora.
- Histoire de l'Algérie depuis l'indépendance**, 1. 1962-1988, n° 316, Benjamin Stora.
- Histoire de l'Europe monétaire**, n° 250, Jean-Pierre Patat.
- Histoire du féminisme**, n° 338, Michèle Riot-Sarcey.
- Histoire de l'immigration**, n° 327, Marie-Claude Blanc-Chaléard.
- Histoire de l'URSS**, n° 150, Sabine Dullin.
- Histoire de la guerre d'Algérie, 1954-1962**, n° 115, Benjamin Stora.
- Histoire de la philosophie**, n° 95, Christian Ruby.
- Histoire de la société de l'information**, n° 312, Armand Mattelart.
- Histoire de la sociologie :**
1. Avant 1918, n° 109,
2. Depuis 1918, n° 110, Charles-Henry Cuin et François Gresle.
- Histoire des États-Unis depuis 1945 (L')**, n° 104, Jacques Portes.
- Histoire des idées politiques en France au XIX^e siècle**, n° 243, Jérôme Grondeux.
- Histoire des idées socialistes**, n° 223, Noëlline Castagnez.
- Histoire des théories de l'argumentation**, n° 292, Philippe Breton et Gilles Gauthier.
- Histoire des théories de la communication**, n° 174, Armand et Michèle Mattelart.
- Histoire du Maroc depuis l'indépendance**, n° 346, Pierre Vermeren.
- Histoire du Parti communiste français**, n° 269, Yves Santamaría.
- Histoire du parti socialiste**, n° 222, Jacques Kergoat.
- Histoire du radicalisme**, n° 139, Gérard Baal.
- Histoire du travail des femmes**, n° 284, Françoise Battagliola.
- Histoire politique de la III^e République**, n° 272, Gilles Candar.
- Histoire politique de la IV^e République**, n° 299, Éric Duhamel.
- Histoire sociale du cinéma français**, n° 305, Yann Darré.
- Incertitude dans les théories économiques**, n° 379, Nathalie Moureau et Dorothee Rivaud-Danset.
- Industrie française (L')**, n° 85, Michel Husson et Norbert Holclat.
- Inflation et désinflation**, n° 48, Pierre Bezbakh.
- Insécurité en France (L')**, n° 353, Philippe Robert.
- Introduction à Keynes**, n° 258, Pascal Combemale.
- Introduction à l'économie de Marx**, n° 114, Pierre Salama et Tran Hai Hac.
- Introduction à l'histoire de la France au XX^e siècle**, n° 285, Christophe Prochasson.
- Introduction à la comptabilité d'entreprise**, n° 191,

- Michel Capron
et Michèle Lacombe-Saboly.
- Introduction à la macroéconomie**, n° 344, Anne Épaulard et Aude Pommeret.
- Introduction à la microéconomie**, n° 106, Gilles Rotillon.
- Introduction à la philosophie politique**, n° 197, Christian Ruby.
- Introduction au droit**, n° 156, Michèle Bonnechère.
- Introduction aux *Cultural Studies***, n° 363, Armand Mattelart et Érik Neveu.
- Introduction aux sciences de la communication**, n° 245, Daniel Bougnoux.
- Introduction aux théories économiques**, n° 262, Françoise Dubœuf.
- Investisseurs institutionnels (Les)**, n° 388, Aurélie Boubel et Fabrice Pansard.
- Islam (L')**, n° 82, Anne-Marie Delcambre.
- Jeunes (Les)**, n° 27, Olivier Galland.
- Jeunes et l'emploi (Les)**, n° 365, Florence Lefresne.
- Judaïsme (Le)**, n° 203, Régine Azria.
- Lexique de sciences économiques et sociales**, n° 202, Jean-Paul Piriou.
- Libéralisme de Hayek (Le)**, n° 310, Gilles Dostaler.
- Macroéconomie. Investissement (L')**, n° 278, Patrick Villieu.
- Macroéconomie. Consommation et épargne**, n° 215, Patrick Villieu.
- Macroéconomie financière :**
1. **Finance, croissance et cycles**, n° 307,
2. **Crises financières et régulation monétaire**, n° 308, Michel Aglietta.
- Management de projet (Le)**, n° 377, Gilles Garel.
- Management de la qualité (Le)**, n° 315, Michel Weill.
- Management international (Le)**, n° 237, Isabelle Huault.
- Marchés du travail en Europe (Les)**, n° 291, IRES.
- Marchés financiers internationaux (Les)**, n° 396, André Cartapanis.
- Mathématiques des modèles dynamiques**, n° 325, Sophie Jallais.
- Médias en France (Les)**, n° 374, Jean-Marie Charon.
- Méthode en sociologie (La)**, n° 194, Jean-Claude Combessie.
- Méthodes de l'intervention psychosociologique (Les)**, n° 347, Gérard Mendel et Jean-Luc Prades.
- Méthodes en sociologie (Les) : l'observation**, n° 234, Henri Peretz.
- Métiers de l'hôpital (Les)**, n° 218, Christian Chevandier.
- Microéconomie des marchés du travail**, n° 354, Pierre Cahuc, André Zylberberg.
- Mobilité sociale (La)**, n° 99, Dominique Merllié et Jean Prévot.
- Modèles productifs (Les)**, n° 298, Robert Boyer et Michel Freyssenet.
- Modernisation des entreprises (La)**, n° 152, Danièle Linhart.
- Mondialisation de la culture (La)**, n° 260, Jean-Pierre Warnier.
- Mondialisation de l'économie (La) :**
1. **Genèse**, n° 198,
2. **Problèmes**, n° 199, Jacques Adda.
- Mondialisation et l'emploi (La)**, n° 343, Jean-Marie Cardebat.
- Monnaie et ses mécanismes (La)**, n° 295, Dominique Plihon.
- Multinationales globales (Les)**, n° 187, Wladimir Andreff.
- Notion de culture dans les sciences sociales (La)**, n° 205, Denys Cuche.
- Nouveau capitalisme (Le)**, n° 370, Dominique Plihon.
- Nouveaux indicateurs de richesse (Les)**, n° 404, Jean Gadrey et Florence Jany-Catrice.
- Nouvelle constitution européenne (La)**, n° 380, Jacques Ziller.
- Nouvelle économie (La)**, n° 303, Patrick Artus.
- Nouvelle économie chinoise (La)**, n° 144, Françoise Lemoine.
- Nouvelle histoire économique de la France contemporaine :**
1. **L'économie préindustrielle (1750-1840)**, n° 125, Jean-Pierre Daviet.
2. **L'industrialisation (1830-1914)**, n° 78, Patrick Verley.
3. **L'économie libérale à l'épreuve (1914-1948)**, n° 232, Alain Leménorel.
4. **L'économie ouverte (1948-1990)**, n° 79, André Gueslin.
- Nouvelle microéconomie (La)**, n° 126, Pierre Cahuc.
- Nouvelle théorie du commerce international (La)**, n° 211, Michel Rainelli.
- Nouvelles théories de la croissance (Les)**, n° 161, Dominique Guellec et Pierre Ralle.
- Nouvelles théories du marché du travail (Les)**, n° 107, Anne Perrot.
- ONG (Les)**, n° 386, Philippe Ryfman.
- ONU (L')**, n° 145, Maurice Bertrand.
- Organisation mondiale du commerce (L')**, n° 193, Michel Rainelli.
- Outils de la décision stratégique (Les) :**
1 : **Avant 1980**, n° 162,
2 : **Depuis 1980**, n° 163, José Allouche et Géraldine Schmidt.
- Personnes âgées (Les)**, n° 224, Pascal Pochet.
- Philosophie de Marx (La)**, n° 124, Étienne Balibar.
- Pierre Mendès France**, n° 157, Jean-Louis Rizzo.
- Politique de la concurrence (La)**, n° 339, Emmanuel Combe.
- Politique de la famille (La)**, n° 352, Jacques Commaille, Pierre Strobel et Michel Villac.
- Politiques de l'emploi et du marché du travail (Les)**, n° 373, DARES.
- Politique étrangère de la France depuis 1945 (La)**, n° 217, Frédéric Bozo.

- Politique financière de l'entreprise (La)**, n° 183, Christian Pierrat.
- Population française (La)**, n° 75, Jacques Vallin.
- Population mondiale (La)**, n° 45, Jacques Vallin.
- Postcommunisme en Europe (Le)**, n° 266, François Bafoil.
- Presse des jeunes (La)**, n° 334, Jean-Marie Charon.
- Presse magazine (La)**, n° 264, Jean-Marie Charon.
- Presse quotidienne (La)**, n° 188, Jean-Marie Charon.
- Protection sociale (La)**, n° 72, Numa Murard.
- Protectionnisme (Le)**, n° 322, Bernard Guillochon.
- Protestants en France depuis 1789 (Les)**, n° 273, Rémi Fabre.
- Psychanalyse (La)**, n° 168, Catherine Desprats-Péquignot.
- Quel avenir pour nos retraites ?**, n° 289, Gaël Dupont et Henri Sterdyniak.
- Question nationale au XIX^e siècle (La)**, n° 214, Patrick Cabanel.
- Régime de Vichy (Le)**, n° 206, Marc Olivier Baruch.
- Régime politique de la V^e République (Le)**, n° 253, Bastien François.
- Régimes politiques (Les)**, n° 244, Arlette Heymann-Doat.
- Régionalisation de l'économie mondiale (La)**, n° 288, Jean-Marc Siroën.
- Revenu minimum garanti (Le)**, n° 98, Chantal Euzéby.
- Revenus en France (Les)**, n° 69, Yves Chassard et Pierre Concialdi.
- Santé des Français (La)**, n° 330, Haut comité de la santé publique.
- Sciences de l'éducation (Les)**, n° 129, Éric Plaisance et Gérard Vergnaud.
- Sexualité en France (La)**, n° 221, Maryse Jaspard.
- Société du risque (La)**, n° 321, Patrick Peretti Watel.
- Socio-économie des services**, n° 369, Jean Gadrey.
- Sociologie de Durkheim (La)**, n° 154, Philippe Steiner.
- Sociologie de Georg Simmel (La)**, n° 311, Frédéric Vandenberghe.
- Sociologie de l'architecture**, n° 314, Florent Champy.
- Sociologie de l'art**, n° 328, Nathalie Heinich.
- Sociologie de l'éducation**, n° 169, Marlaine Cacouault et Françoise Cœurard.
- Sociologie de l'emploi**, n° 132, Margaret Maruani et Emmanuèle Reynaud.
- Sociologie de l'immigration**, n° 364, Andrea Rea et Maryse Tripiet.
- Sociologie de l'organisation sportive**, n° 281, William Gasparini.
- Sociologie de la bourgeoisie**, n° 294, Michel Pinçon et Monique Pinçon-Charlot.
- Sociologie de la consommation**, n° 319, Nicolas Herpin.
- Sociologie de la lecture**, n° 376, Chantal Horellou-Lafarge et Monique Segré.
- Sociologie de la négociation**, n° 350, Reynald Bourque et Christian Thuderoz.
- Sociologie de la prison**, n° 318, Philippe Combessie.
- Sociologie de la vie politique française**, n° 402, Michel Offerle.
- Sociologie de Marx (La)**, n° 173, Jean-Pierre Durand.
- Sociologie de Norbert Elias (La)**, n° 233, Nathalie Heinich.
- Sociologie de Paris**, n° 400, Michel Pinçon et Monique Pinçon-Charlot.
- Sociologie des cadres**, n° 290, Paul Bouffartigue et Charles Gadea.
- Sociologie des entreprises**, n° 210, Christian Thuderoz.
- Sociologie des mouvements sociaux**, n° 207, Erik Neveu.
- Sociologie des organisations**, n° 249, Lusin Bagla.
- Sociologie des publics**, n° 366, Jean-Pierre Esquenazi.
- Sociologie des relations internationales**, n° 335, Guillaume Devin.
- Sociologie des relations professionnelles**, n° 186, Michel Lallement.
- Sociologie des réseaux sociaux**, n° 398, Pierre Mercklé.
- Sociologie des syndicats**, n° 304, Dominique Andolfatto et Dominique Labbé.
- Sociologie du chômage (La)**, n° 179, Didier Demazière.
- Sociologie du conseil en management**, n° 368, Michel Villette.
- Sociologie du droit**, n° 282, Évelyne Séverin.
- Sociologie du journalisme**, n° 313, Erik Neveu.
- Sociologie du sida**, n° 355, Claude Thiaudière.
- Sociologie du sport**, n° 164, Jacques Defrance.
- Sociologie du travail (La)**, n° 257, Sabine Erbès-Seguin.
- Sociologie économique (La)**, n° 274, Philippe Steiner.
- Sociologie historique du politique**, n° 209, Yves Déloye.
- Sociologie de la ville**, n° 331, Yankel Fijalkow.
- Sociologie et anthropologie de Marcel Mauss**, n° 360, Camille Tarot.
- Sondages d'opinion (Les)**, n° 38, Hélène Meynaud et Denis Duclos.
- Stratégies des ressources humaines (Les)**, n° 137, Bernard Gazier.
- Syndicalisme en France depuis 1945 (Le)**, n° 143, René Mouriaux.
- Syndicalisme enseignant (Le)**, n° 212, Bertrand Geay.
- Système éducatif (Le)**, n° 131, Maria Vasconcellos.
- Système monétaire international (Le)**, n° 97, Michel Lelart.
- Taux de change (Les)**, n° 103, Dominique Plihon.
- Taux d'intérêt (Les)**, n° 251, A. Bénassy-Quéré, L. Boone et V. Coudert.
- Taxe Tobin (La)**, n° 337, Yves Jegourel.
- Télévision (La)**, n° 405, Régine Chaniac et Jean-Pierre Jézéquel.
- Tests d'intelligence (Les)**, n° 229, Michel Huteau et Jacques Lautrey.

Théorie de la décision (La), n° 120, Robert Kast.

Théorie de la régulation (La), n° 395, Robert Boyer.

Théories économiques du développement (Les), n° 108, Elsa Assidon.

Théorie économique néoclassique (La) :
1. **Microéconomie**, n° 275,
2. **Macroéconomie**, n° 276,
Bernard Guerrien.

Théories de la monnaie (Les), n° 226, Anne Lavigne et Jean-Paul Pollin.

Théories de la République (Les), n° 399, Serge Audier.

Théories des crises économiques (Les), n° 56,
Bernard Rosier
et Pierre Dockès.

Théories du salaire (Les), n° 138, Bénédicte Reynaud.

Théories sociologiques de la famille (Les), n° 236,
Catherine Cicchelli-
Pugeault
et Vincenzo Cicchelli.

Travail des enfants dans le monde (Le), n° 265,
Bénédicte Manier.

Travail et emploi des femmes, n° 287, Margaret Maruani.

Travailleurs sociaux (Les), n° 23, Jacques Ion et Bertrand Ravon.

Union européenne (L'), n° 170, Jacques Léonard et Christian Hen.

Urbanisme (L'), n° 96,
Jean-François Tribillon.

Dictionnaires

R E P È R E S

Dictionnaire de gestion,
Élie Cohen.

Dictionnaire d'analyse économique, *microéconomie, macroéconomie, théorie des jeux, etc.*, Bernard Guerrien.

Guides

R E P È R E S

Guide de la comparaison dans les sciences sociales,
Cécile Vigour.

L'art de la thèse, *Comment préparer et rédiger une thèse de doctorat, un mémoire de DEA ou de maîtrise ou tout autre*

travail universitaire,
Michel Beaud.

Les ficelles du métier.
Comment conduire sa recherche en sciences sociales,
Howard S. Becker.

Guide des méthodes de l'archéologie, Jean-Paul Demoule, François Gilligny, Anne Lehoëuff, Alain Schnapp.

Guide du stage en entreprise,
Michel Villette.

Guide de l'enquête de terrain, Stéphane Beaud,
Florence Weber.

Manuel de journalisme. *Écrire pour le journal*, Yves Agnès.

Voir, comprendre, analyser les images,
Laurent Gervereau.

Manuels

R E P È R E S

Analyse macroéconomique 1. Analyse macroéconomique 2.
17 auteurs sous la direction de Jean-Olivier Hairault.

Une histoire de la comptabilité nationale,
André Vanoli.



Composition Facompo, Lisieux (Calvados)
Achévé d'imprimer en janvier 2005 sur les presses de l'imprimerie
Europe Media Duplication à Lassay-les-Châteaux (Mayenne)
Dépôt légal : janvier 2005
N° de dossier : 00000

Imprimé en France