

think-tank du bien-être citoyen
LA FABRIQUE SPINOZA

Le paradoxe du choix et de la satisfaction

Dans les sociétés occidentales, il est de bon goût de prôner le libre arbitre et la liberté quasi-absolue. Il est d'ailleurs largement inscrit dans l'inconscient collectif qu'un nombre de choix et d'options élevé est une condition *sine qua non* du bonheur et de la réalisation personnelle. C'est ce que Barry Schwartz, Professeur américain spécialiste en psychologie à l'université de Swarthmore, considère comme étant l'un des 'dogmes' de nos sociétés occidentales. Est-ce que cette liberté de choisir fait vraiment une différence dans notre bonheur?

Autonomie et liberté de choix sont essentielles à notre bien-être, et le choix est un pré-requis à la liberté et à l'autonomie. De nombreuses études académiques (Veenhoven, 2000, 2008) ont montré que les individus se sentaient mieux dans les sociétés libres. Néanmoins tempère Schwartz, bien que les Américains actuels, par exemple, aient une plus grande marge de manœuvre qu'aucun groupe d'individu auparavant, il ne semble pas y avoir d'augmentation significative en terme de bien-être psychologique, bien au contraire. Comment expliquer cela ?

Dans son livre phare, 'The paradox of choice : why more is less', écrit en 2004, Schwartz soutient même que réduire le choix des consommateurs permettrait de réduire grandement l'anxiété de ces derniers. Cette même question avait été levée il y a déjà longtemps par le sociologue et essayiste espagnol José Ortega y Gasset dans son livre de 1929, 'la Révolte des masses'. Schwartz illustre cette infinité à laquelle les Américains sont confrontés dans leur vie quotidienne en prenant l'exemple la sélection de choix dans un supermarché. Dans le plus petit supermarché, vous trouverez des centaines de sortes de biscuits, de soupe, de dentifrice, des millions d'appareils électroniques... L'infinité de choix à faire de manière quotidienne aurait ainsi tendance à rendre les gens anxieux.

Selon les psychologues américains David Myers et Robert Lane, ce nombre élevé de choix aurait des conséquences en termes de dépression et de sentiment de solitude. Selon Lane, les Américains paient cette inflation du nombre de choix par une diminution et un appauvrissement des rapports sociaux, suite à la désorientation causée par cet envahissement.

Sheen Iyengar de l'université de Columbia University et de Mark Lepper de l'université de Stanford ont ainsi pu démontrer l'impact négatif du nombre de choix trop élevé sur le bonheur. En exposant un certain nombre de sujets à un nombre de chocolats à choisir sur une carte, ils ont pu prouver que toute courbe de satisfaction avait une forme de U à l'envers par rapport au nombre de choix. Dans un premier temps, pour un nombre restreint de choix, plus le nombre de chocolats augmente, plus la probabilité que l'acteur trouve un dessert qui lui convient est élevée, ce qui contribue à son bonheur. Toutefois, à partir d'un nombre de desserts

La Fabrique Spinoza

11 rue Erard, 75012 Paris

Tél : 01 43 40 00 24 ; Fax : 01 777 59 222 ; Mobile : 06 721 720 44

Email : contact@fabriquespinoza.org ; Site-web : www.fabriquespinoza.org

relativement limité (entre 5 et 10), la courbe de satisfaction s'inverse. A partir de ce maximum de satisfaction, tout chocolat supplémentaire sur la liste contribue à augmenter l'insatisfaction du choix de l'acteur.

Schwartz a ainsi démontré que quand les gens font face à un nombre très important de choix désirables, ils raisonnent en termes d'opportunités manquées au lieu de raisonner en terme de potentiel de choix. Ainsi, la satisfaction d'après-choix a tendance à diminuer quand le nombre de choix est trop élevé.

Verme (2009) va plus loin en différenciant les acteurs ayant un locus de contrôle interne et externe. Cette notion fut développée par Julian Rotter en 1954 afin de déterminer les croyances et appréciations des gens lorsqu'ils jugent ce qui influence leur vie dans une situation donnée. Les acteurs ayant un locus de contrôle 'interne' sont ceux qui pensent que ce qu'il leur arrive est une conséquence directe de leurs propres choix. Les personnes ayant un locus de contrôle 'externe', quant à eux, pensent plutôt qu'ils font partie d'un tout dont ils ne contrôlent pas les forces, et que, dans une sorte de déterminisme social, leur situation est une conséquence des forces auxquels ils sont soumis. Cette distinction interne/externe est un continuum sur lequel les différents acteurs peuvent être placés. Toute personne se situe entre ces deux extrêmes. Premier constat : à la fois les 'internes' et les 'externes' ont une satisfaction évoluant en U inversé par rapport au nombre de choix. Deuxième constat : les 'internes' sont systématiquement plus heureux que les 'externes', quel que soit le nombre de choix proposé. Enfin, troisième constat, le maximum de satisfaction des 'internes' se situe à un nombre plus élevé de choix que les externes, ce qui veut dire que les internes peuvent supporter une plus large palette de choix. Cependant, dans tous les cas, un nombre de choix trop élevé est néfaste au bonheur, quelque soit le profil psychologique de la personne.

Après ce bref aperçu de l'impact du choix sur le bien-être des individus, on peut se demander ce qui peut être fait au niveau sociétal afin de réduire l'insatisfaction liée au nombre de choix toujours grandissant. Trois pistes se dégagent.

Une première action, à l'échelle de l'individu, consisterait à informer les citoyens sur ces mécanismes afin de les laisser libres d'adapter leurs comportements s'ils le souhaitent (changer leurs habitudes d'achat, leurs lieux de consommations, se réorienter vers les « formules » ou « forfaits », etc.) ou tout simplement, mieux identifier et comprendre les affects auxquels ils sont sujets devant une expérience de choix. Les lieux d'information pourraient être les médias, les lieux d'enseignement, les associations de consommateurs, etc.

Une deuxième proposition, dans la sphère de la société civile, pourrait être de porter ces informations à la connaissance des décideurs économiques. Les entreprises ayant (en grande partie) intérêt à augmenter la satisfaction de leurs clients, cette information aurait pour vertu d'aligner l'intérêt financier de la sphère économique et l'intérêt du consommateur en termes de satisfaction. A titre d'exemple, localement, un restaurateur pourrait de son propre chef décider de réduire le choix de sa carte, espérant ainsi ne pas générer d'anxiété chez ses clients. Une approche incitative des pouvoirs publics ne semble pas souhaitable, les implications économiques étant difficiles à appréhender. Les lieux de diffusion de ces savoirs aux entreprises seraient probablement les filières éducatives commerciales.

Enfin, une troisième proposition, dans la sphère sociétale, invite à examiner le système éducatif. En effet, le degré d'internalité du locus de contrôle est finalement une mesure de son sentiment de liberté, de son sentiment de capacité, ce que les anglo-saxons nomment « empowerment ». Le prix Nobel d'économie Amartya Sen distingue la liberté théorique de la liberté effective (« capabilities » en anglais). Pour lui, certaines libertés ne peuvent s'exercer, l'individu faisant face à des barrières, qui peuvent être de tout ordre, notamment financier (chacun est libre de prendre l'avion mais certains n'en ont pas les moyens) ou socio-culturel (certaines filières éducatives sont difficilement accessibles à des populations défavorisées). On pourrait considérer qu'un locus de contrôle trop externe, c'est à dire un sentiment de détermination social fort, est une barrière et qu'elle limite les libertés effectives de l'individu. A ce titre là, chercher à déplacer le locus de contrôle des citoyens de l'externe vers l'interne, c'est développer leur sentiment de liberté, leur puissance d'agir, et finalement leur liberté effective. Ainsi favoriser le développement du locus de contrôle interne apparaît

La Fabrique Spinoza

11 rue Erard, 75012 Paris

Tél : 01 43 40 00 24 ; Fax : 01 77 59 222 ; Mobile : 06 721 720 44

Email : contact@fabriquespinoza.org ; Site-web : www.fabriquespinoza.org

souhaitable à la fois en termes d'aptitude à la satisfaction et en termes de liberté. Le locus de contrôle est fortement culturel – plutôt interne en occident et externe en orient – mais pas uniquement. Des recherches demandent à être conduites pour déterminer les mécanismes de constitution du locus de contrôle. Selon les découvertes, un système éducatif qui encourage la constitution d'un locus de contrôle interne pourrait être favorisé.

En conclusion, le nombre de choix impacte de manière significative le bien-être et la satisfaction des usagers/consommateurs. Ce levier pourrait être mis à profit pour favoriser le bien-être citoyen, via une information des consommateurs mais aussi une incitation vertueuse des entreprises comprenant leur intérêt commercial à ne pas les envahir. Enfin des recherches supplémentaires sur les mécanismes de fabrication du locus de contrôle, pourraient s'avérer inspirantes pour élaborer un système éducatif permettant aux individus de développer leur liberté effective.

Gaël Brulé

Alexandre Jost

Références :

Iyengar, S. S., & Lepper, M.(2000) *When Choice is Demotivating: Can One Desire Too Much of a Good Thing?* Journal of Personality and Social Psychology,79, 995-1006.

Lane, R.E. (1995) (1995). *What Rational Choice Explains*. Critical Review 9 (1-2):107-126.

Myers, D. G. (1974). *Interpersonal comparison processes in choice dilemma responding*. Journal of Psychology, 86, 287–292

Ortega y Gasset, J.(1929) *La révolte des masses* trad. de Louis Parrot, Stock, Paris, 1937, 207 p.

Schwartz, B (2004) *The paradox of choice. Why more is less*. Harper Perennial. ISBN 0060005688

Veenhoven, R. (2000) *Freedom and happiness: a comparative study in 44 nations in the early 1990's* Published in: Diener, E. & Suh, E.M. (eds) 'Culture and subjective wellbeing', MIT press, Cambridge, MA USA, 2000, ISBN 0 262 04182 0, pp. 257-288

Veenhoven, R. (2008) *Freedom and happiness: comparison of 126 nations in 2006* paper presented at: Legatum Prosperity Workshop, June 21-22 London, UK

Verme P. (2009) Happiness, freedom and control. Journal of Economic Behavior & Organization 71:146-161

La Fabrique Spinoza

11 rue Erard, 75012 Paris

Tél : 01 43 40 00 24 ; Fax : 01 777 59 222 ; Mobile : 06 721 720 44

Email : contact@fabriquespinoza.org ; Site-web : www.fabriquespinoza.org