

Noami Oreskes : « Les fundamentalistes du marché n'abandonnent jamais »

Propos recueillis par Christian Chavagneux



Naomi Oreskes Professeure d'histoire des sciences à l'université Harvard

Noami Oreskes vient de publier avec Erik M. Conway *Le grand mythe. Comment les industriels nous ont appris à détester l'Etat et à vénérer le marché* (Les Liens qui libèrent, 2024), un livre qui raconte comment le fondamentalisme de marché s'est imposé aux Etats-Unis.

Cette spécialiste de l'histoire des sciences en est arrivée à écrire sur ce sujet par un drôle de parcours, qu'elle nous raconte lors de son passage à Paris début février.

Géologue de formation, Naomi Oreskes se met à travailler au début de sa carrière sur les débats historiques autour de la tectonique des plaques. Elle s'aperçoit que les arguments évoluent dans les années 1950 vers ce qui se passe dans les grands fonds océaniques, grâce aux recherches payées par la marine américaine qui veut en savoir plus sur le sujet pour ses sous-marins. Et là, elle constate qu'un début de consensus scientifique s'établit dès cette période sur la réalité du changement climatique.

Or, lorsqu'elle entreprend cette recherche, au début des années 2000, le débat américain fait état de controverses scientifiques sur le sujet. Elle consulte la littérature disponible qui confirme ce consensus et publie plusieurs articles, y compris dans des médias grand public, qui le mettent en évidence. Ce qui lui vaut en retour une campagne d'injures et une attaque violente de la part d'un sénateur républicain.

La voilà qui se met à enquêter sur ses adversaires, moment où elle croise l'écrivain et historien Erik M. Conway. Tous deux s'aperçoivent que ce sont les mêmes qui attaquaient le consensus scientifique sur les trous dans la couche d'ozone. Et toujours les mêmes qui défendaient l'innocuité de l'industrie du tabac ! Ils publieront leur premier succès, *Les marchands de doute* (Le Pommier, 2012) mettant en évidence la mobilisation d'intérêts privés finançant une fausse science destinée à entretenir le climatoscepticisme.

Avant de s'apercevoir que ces mêmes intérêts sont également présents dans bien d'autres domaines pour refuser toute régulation publique de l'économie. Et les voilà repartis pour une nouvelle enquête historique sur la manière dont le fondamentalisme de marché a cherché à s'imposer tout au long du XX^e siècle. Elle revient sur cette enquête pour *Alternatives Economiques*.

Quand les défenseurs du tout marché commencent-ils à s'organiser pour peser sur les débats ?

Noami Oreskes : On a oublié combien à la fin du XIX^e siècle et au début du XX^e, le capitalisme était brutal. On trouvait des enfants de 5 ans, quelques fois moins, travaillant dans les usines, beaucoup mouraient avant l'âge adulte. Les accidents du travail étaient légion, à tel point que vous aviez moins de chances de mourir en participant aux combats de la Première Guerre mondiale ! D'où les premières régulations pour mettre les enfants à l'école et en faveur de l'indemnisation des accidents du travail.

En réponse, des patrons se sont mobilisés contre ces premières tentatives de réglementation. Mais évidemment ils n'ont pas clamé haut et fort « on adore le travail des enfants et en plus ils ne coûtent pas cher ! ». Non, ils ont essayé d'imposer l'idée que ce n'est pas au gouvernement de décider de la manière dont un chef d'entreprise doit s'organiser – ou alors, avançaient-ils, c'est le début du communisme ! La révolution russe, il est vrai, s'est produite peu de temps avant. Ils essaient également d'imposer l'idée que ce n'est pas au gouvernement de décider ce qu'un père doit faire de ses enfants, et que s'il veut les envoyer travailler, c'est son droit.

« Dans les années 1920, la National Association of Manufacturers pose l'idée selon laquelle le capitalisme et la liberté vont de pair, et que, dès que vous attaquez le premier, c'est un pas vers le totalitarisme »

Ces entrepreneurs agissent de concert par l'intermédiaire de regroupement comme la National Association of Manufacturers (NAM), créée en 1895 et toujours active aujourd'hui. Dans les années 1920, elle pose l'idée selon laquelle le capitalisme et la liberté vont de pair, et que, dès que vous attaquez le premier, c'est un pas vers le totalitarisme. Bien avant la publication de *La route de la servitude* par Friedrich A. Hayek en 1944 !

Ce sont des idées que l'on trouve alors en Europe chez quelqu'un comme l'économiste libéral autrichien Ludwig von Mises par exemple.

N. O. : Tout à fait ! Nous ne sommes pas arrivés à déterminer s'il avait influencé la NAM ou l'inverse, ou bien encore si la même idée était née à deux endroits différents. Mais nous avons trouvé que dès la fin des années 1920, début des années 1930, Mises est un consultant pour la NAM. Il y a donc bien des liens entre le business américain et l'école libérale autrichienne dès ce moment-là.

Quelle est l'étape suivante de la bataille menée par les fondamentalistes du marché ?

N. O. : Elle se produit dans les années 1930. Le combat est alors mené par la National Electric Light Association (NELA), le syndicat des producteurs privés d'électricité.

A l'époque, le secteur est dominé par des grandes entreprises comme General Electric, Edison Electric, Westinghouse. Elles fournissent un service de bonne qualité dans les grandes villes, mais se désintéressent des campagnes, peu rentables. Certaines petites villes commencent à développer leurs régies municipales, et il s'avère que la production publique est meilleur marché que celle du privé. En s'inspirant de ce qui se passe au Canada dans la province de l'Ontario, le gouverneur de l'Etat de Pennsylvanie, Gifford Pinchot, bâtit un grand projet de production publique d'électricité à des prix compétitifs.

La NELA commence par répondre que tout cela est faux, que le public produit trop cher et mobilise des experts qui publient des études allant dans ce sens.

Vous dites que ces intérêts privés n'ont eu aucun problème pour recruter des économistes pour défendre leurs idées fausses...

N. O. : Il y a toujours des experts à vendre... Des universitaires un peu isolés, mal payés ou en mal de reconnaissance se sont laissés facilement entraîner. Etaient-ils convaincus par avance de la supériorité du privé ou juste avec une expertise à gage ? C'est difficile à dire, mais je pense que la majorité était juste à vendre ! Et prêts à dire que l'électricité produite par le privé était moins chère, ce qui était faux.

La Federal Trade Commission, qui protège les consommateurs aux Etats-Unis, a dit que la NELA avait alors lancé la plus grande campagne de propagande de l'histoire des Etats-Unis. Avec rapports, affiches, etc., et même, sûrement le pire, elle a fait réécrire des manuels de lycée et envoyer gratuitement des milliers d'exemplaires dans les bibliothèques universitaires de manuels pro-marché.

A Harvard, université où j'enseigne, elle a payé pour la création d'un cours sur « *la régulation du marché de l'électricité* » qui expliquait pourquoi il ne fallait surtout pas de régulation publique ! Nous avons retrouvé le reçu du chèque accepté par Harvard.

Tout cela a dû coûter beaucoup d'argent ?

N. O. : C'est difficile à dire avec certitude. Nous avons pu récupérer des informations sur la campagne précédente de la NAM, et nous estimons le total des dépenses de l'ordre de 400 à 500 millions de dollars actuels. Ce n'est pas rien !

Mais tout cela n'a pas fonctionné : c'est Roosevelt qui gagne les élections de 1932, est réélu et impose la régulation publique de l'économie...

N. O. : Cela n'a pas fonctionné parce que les faits disaient l'inverse des idées qu'ils promouvaient ! Des enfants mouraient dans les usines, l'électricité publique était moins chère, etc., les gens s'en apercevaient et ne croyaient pas à ces discours. La Grande Dépression des années 1930, liée à la dérégulation bancaire et financière, a d'autant plus souligné le besoin de régulations publiques.

« Une partie de la communauté d'affaires va s'accommoder du New Deal et essayer de le modérer. Mais une autre partie, plus agressive, ne lâchera jamais rien »

Une partie de la communauté d'affaires, liée à la Chambre de commerce américaine, va s'accommoder du New Deal et essayer de le modérer. Mais une autre partie, plus agressive, ne lâchera jamais rien et contribuera à des campagnes virulentes contre Roosevelt. C'est le moment où ils inventent l'expression « Big Government » pour dénoncer l'intervention de l'Etat.

Comment les fondamentalistes du marché ont-ils rebondi ?

N. O. : Ils se sont dit que le *Big Business* n'était pas crédible lorsqu'il disait que tout ce qu'il faisait c'était pour défendre la vie quotidienne des gens. Il leur fallait trouver d'autres justifications, d'autres représentants.

Ils ont alors repéré que l'université de Chicago pouvait représenter une base intellectuelle pour développer ce qu'ils ont appelé le « projet du marché libre ». L'économiste Frank Knight y avait pris des positions proches des leurs. Ils ont décidé d'en faire leur bastion intellectuel en recrutant des juristes pour lutter contre les régulations anti-monopolistiques et des économistes comme George Stigler, Milton Friedman, Aaron Director. Leur ligne fut désormais de dire « *vous voyez ce ne sont pas nous les businessmen qui défendons la supériorité du marché mais tous ces brillants économistes* »... Le tout sans préciser, évidemment, que c'était eux qui les finançaient !

Ils ont amené Friedrich A. Hayek à Chicago en espérant qu'il écrirait une version américaine de *La route de la servitude*. Mais cela ne l'intéressait pas. Ils ont alors demandé à Friedman de le faire, ce qui deviendra *Capitalisme et liberté*, publié en 1962, une réécriture du livre de Hayek adapté au public américain et plus extrême.

Dans le même temps, le juriste Robert Bork, un protégé d'Aaron Director, développe l'idée selon laquelle les entreprises en position de monopoles sont celles qui dominent le jeu de la concurrence, ce sont les meilleures dans leur business, ce qui est bon pour le consommateur, car comme elles sont les plus efficaces, les prix qu'elles proposent sont les plus bas !

Pendant des décennies les idées de Bork empêcheront toute véritable lutte contre le pouvoir des monopoles aux Etats-Unis et celles de Friedman justifieront la domination des actionnaires et la course au profit.

Vous montrez que la bataille n'a pas été qu'intellectuelle, les fondamentalistes du marché ont voulu toucher une audience plus large.

N. O. : On peut prendre l'exemple de *La petite maison dans la prairie*, vendu à des centaines de milliers d'exemplaires avant de devenir un feuilleton à succès. Cet ouvrage de Laura Ingalls Wilder raconte l'histoire de sa famille, mais sa fille, Rose Wilder Lane, une écrivaine libertarienne, avait réalisé un gros travail de réécriture pour en faire une illustration des vertus de l'effort individuel, sans aide du gouvernement. La philosophe Ayn Rand a, elle, écrit des romans libertariens de grande audience comme *La grève (Atlas shrugged, 1957)*.

Quand le cinéma commence à devenir important dans les années 1940-1950, un ancien de la Chambre de commerce prend les commandes du syndicat des producteurs et déclare que les films sociaux du genre *Les raisins de la colère* (John Ford, 1940), c'est terminé ! Après la crise des années 1930, beaucoup de films prennent pour héros des personnages des classes populaires tandis que les riches, les businessmen et les banquiers sont soit des méchants, soit des idiots : il fallait donc encourager producteurs et réalisateurs à tourner des films pro-business.

De ce point de vue, on ne peut que constater la totale hypocrisie de personnes comme Ayn Rand aux écrits enflammés sur la liberté d'expression et qui rédige dans le même temps un code de censure pour interdire les idées progressistes au cinéma, indiquant explicitement que les riches et les banquiers ne doivent pas être présentés négativement.

Le mouvement pro-marché va également investir les Eglises ?

N. O. : L'un des problèmes que rencontraient les businessmen, c'est que leurs arguments étaient considérés comme non chrétiens. Les pasteurs protestants constataient pendant la crise qu'ils ne pouvaient faire face à l'afflux de pauvres et soutenaient Roosevelt.

« Les businessmen vont développer un christianisme contestant le message social de l'Evangile, sur la base d'une idée simple : le communisme est agnostique, Dieu est capitaliste »

Plus généralement, le message chrétien promeut la solidarité. Les businessmen pensent que les riches sont justes les meilleurs, et tant pis pour les pauvres ! Nous montrons comment ils vont développer un christianisme contestant le message social de l'Evangile, sur la base d'une idée simple : le communisme est agnostique, Dieu est capitaliste. Un bon chrétien doit défendre le capitalisme de marché libre. Et cela dure encore aujourd'hui.

Dans le même temps, un acteur de seconde zone va devenir l'icône du mouvement...

N. O. : C'est le troisième pilier de leur victoire : après l'université et la culture populaire, il y a Ronald Reagan. Dans les années 1940, c'est un démocrate, il dirige pendant un moment le syndicat des acteurs. A la fin des années 1950, il a basculé chez les républicains.

Entre les deux, il y a son travail pour General Electric. Son vice-président a lancé une grande opération de propagande en interne pour convaincre les employés de rejeter le syndicalisme. Reagan devient leur porte-parole, il intervient dans les usines, dans les écoles, etc., et développe un vrai talent oratoire. Il présente également le General Electric Theater, troisième émission de télévision la plus populaire aux Etats-Unis. Un programme de qualité, il y reçoit des acteurs célèbres et on y diffuse chaque semaine des fictions dont certaines portent clairement le message libertarien.

Grâce à cette émission, il devient très populaire. Et lorsqu'il quitte General Electric pour se lancer en politique, une partie des dirigeants de cette société finance non seulement ses campagnes mais toute une série d'experts pour le former à de nombreux sujets, à la politique étrangère, etc. Il deviendra gouverneur de Californie en 1967 et président des Etats-Unis en 1981.

C'est l'aboutissement de quatre-vingts ans de combat des fondamentalistes du marché ?

N. O. : Exactement. Il ne faut pas sous-estimer le combat persistant mené par ces fondamentalistes. Même lorsque leurs idées ne rencontrent pas le succès, ils n'abandonnent jamais. Ils se regroupent, définissent des stratégies et mettent l'argent qu'il faut sur la table, ils n'en manquent pas.

Leur motivation ? La cupidité en grande partie. Mais aussi une volonté de reconnaissance sociale... Et un gros ego ! Ils se perçoivent comme des gens brillants ayant réussi. Ils ne veulent pas qu'on leur dise que leur business tue des enfants, provoque des crises financières, de la pauvreté...

Elon Musk est visiblement content d'être extrêmement riche et il l'est devenu dans les Etats-Unis actuels. Pourquoi mène-t-il autant la bataille contre l'intervention publique ? Cela ne lui rapportera pas beaucoup plus d'argent. Simplement, il ne veut pas qu'on lui dise quoi faire, qu'on encadre ses activités au nom du bien-être de tous.

L'histoire nous enseigne que l'on ne peut laisser ces businessmen faire ce qu'ils veulent. Il faut réguler leurs activités au nom du collectif, c'est la raison pour laquelle nous avons besoin des gouvernements.