

Christian de Montlibert

Après avoir analysé la structure du champ économique, puis après avoir décrit les stratégies des firmes dans un monde soumis aux injonctions pressantes des financiers, Christian de Montlibert étudie plus précisément trois types de décision : les effets démobilisateurs et démoralisateurs des mesures de licenciement qui défont les collectifs d'abord ; le développement de l'équipement informatique des entreprises comme nouvelle manière d'imposer un contrôle social plus strict ensuite ; l'investissement dans des publicités célébrant les mérites de la marque et de la firme, enfin.

Ces trois situations font apparaître des aspects trop souvent minorés. La première aborde les stratégies de gestion du personnel du point de vue des effets sur les pratiques revendicatives des salariés et montre que le renouvellement des modalités de la domination est toujours une question centrale dans la reproduction de la position d'une firme dans le champ économique. La deuxième traite des changements qu'induit une innovation technique visant à mieux contrôler le temps dont disposent les salariés et permet de comprendre que les conséquences sociales d'une décision vont, souvent, bien au-delà de ce qui avait été anticipé. La dernière étude traite des publicités d'entreprise : elle cherche à objectiver le fait que les entreprises doivent aussi leur position à « l'honneur social » qu'elles peuvent mobiliser et qu'elles sont prêtes, pour ce faire, à manipuler les besoins et les désirs. Confiance, reconnaissance, méfiance et crainte, réputation, admiration, etc., se mêlent inextricablement aux dimensions les plus objectives pour renforcer les effets de la croyance dans la légitimité des pratiques économiques.

Ces enquêtes, menées entre 1980 et 1990, au moment où s'opère la conversion du patronat français au néolibéralisme, sont confrontées à des données récentes et font apparaître que ce qui est considéré aujourd'hui comme la réalité du monde économique résulte d'une construction dans laquelle la dimension symbolique a été tout aussi influente que la dimension financière.

ISBN : 978-2-336-00161-6  
31 €



Questions sociologiques

Enjeux et luttes  
dans le champ économique

Questions sociologiques

# Enjeux et luttes dans le champ économique

1980 - 2010

L'Harmattan