

LE PARADOXE DU CONNARD

QU'EST-CE QU'UN ASSHOLE ?

MARIE REBEYROLLE

Dans son livre "Assholes : a theory", Aaron James décrypte le comportement des "assholes" dont la caractéristique première est de se croire tout permis. Drôle et intéressant.

Surfant sur la vague de l'opuscule philosophique mi-sérieux mi-drôle (ou plutôt : traitant sérieusement d'un sujet à première vue saugrenu) comme le célèbre *On Bullshit* de Harry G. Frankfurt ou le récent *Art of Procrastination* de John Perry, Aaron James nous livre avec *Assholes: A Theory* une analyse d'un phénomène somme toute assez peu étudié : le connard (ma traduction de l'anglais "assholes", même si celui-ci se traduit plus littéralement par "trou-du-cul", j'espère que ce choix apparaîtra comme justifié à la lecture de ce qui suit).

LE PARADOXE DU CONNARD

En effet, loin d'être un simple terme générique à caractère fortement dépréciatif, le mot "connard" réfère à un phénomène particulier et finalement paradoxal. Contrairement à la brute, au voleur, ou encore meurtrier, le mal imposé par le connard est généralement léger, qu'il nous grille la priorité dans une file d'attente ou nous coupe la parole au milieu d'une discussion. Et pourtant, le connard suscite des réactions épidermiques d'impuissance ou de rage dont l'ampleur ne saurait s'expliquer par le mal (souvent mineur) qu'il nous inflige. Bref, le connard nous pourrit la vie. Mais comment une personne dont le comportement, bien que fâcheux, a des conséquences bénignes, peut-elle déclencher un tel outrage ? C'est là le paradoxe du connard qui constitue le point de départ de l'enquête d'Aaron James.

La solution proposée par Aaron James au premier chapitre de son ouvrage est la suivante : le connard n'est pas simplement quelqu'un qui se comporte de manière injuste en bafouant les règles de la coopération sociale, mais quelqu'un qui se comporte de manière injuste et s'octroie des avantages injustifiés tout en étant persuadé d'être dans son bon droit. Plus précisément, le connard réunit trois caractéristiques : (i) il s'octroie certains avantages que les autres n'ont pas, (ii) tout en pensant que cela lui est dû et qu'il est dans son bon droit et (iii) le sentiment d'être dans son bon droit le rend imperméable aux plaintes de ses victimes.

Le connard partage la première caractéristique avec nombres d'autres figures : le voleur et le détourné de fond s'octroient eux aussi certains avantages que les autres n'ont pas (comme celui de prendre ce qui n'est pas à eux). Cependant, ce qui distingue le connard des autres, c'est sa seconde propriété, le sentiment d'être dans son bon droit, car *lui* mérite d'avoir des avantages spéciaux. Le voleur

peut voler tout en sachant que ce qu'il fait est mal, ou même en ne s'interrogeant guère sur la valeur morale de son acte – le connard, lui, pense faire ce qui est juste : il est normal et justifié que vous fassiez la queue pendant que *lui* passe en priorité. Plus précisément, il est juste qu'il bénéficie d'avantages spéciaux car il est *lui-même* spécial. C'est pourquoi la question permettant à coup sûr d'identifier un connard est le fameux : "Vous savez qui *je* suis ?"

Ce qui fait du connard un être si irritant n'est donc pas tant ce qu'il fait que le sentiment d'être spécial qui transpire dans ses actes : par son attitude, le connard met en doute l'idée fondamentale selon laquelle nous mériterions tous une égale considération morale. Ce faisant, le connard contredit un besoin fondamental : celui d'être *reconnu* comme un égal. La lutte contre le connard est une lutte pour la *reconnaissance*, mais une lutte pour la reconnaissance vaine et perdue d'avance, car la troisième caractéristique du connard est que son sentiment d'être dans son droit est tel qu'il le protège des plaintes des autres, qui ont forcément tort et n'ont de toute façon même pas le droit de remettre son statut en question. Se plaindre au connard mènera forcément notre amour-propre à être piétiné une seconde fois, quand notre discours sera rejeté comme même pas digne d'être entendu.

Bien entendu, il ne s'agit là que d'une théorie générale du connard et le connard vient en toutes sortes de variétés. Les chapitres 2 et 3, plus anecdotiques, égrènent ainsi différentes catégories de connards, sans proposer pour autant de typologie systématique. James y classe les connards selon la façon dont s'exprime leur vice (certains connards se caractérisent par leur grossièreté, d'autres par leur sentiment de supériorité – catégorie pour laquelle est nommé notre BHL national, d'autres par leur tendance à squatter nos écrans de télévision et à y prendre plaisir à humilier leurs interlocuteurs, et d'autres par leur tendance à agir sans se soucier de mettre les autres en danger), la fonction qui l'exacerbe (sont ainsi étudiés du moins puissant au plus influent le patron connard, le connard présidentiel et le connard royal) ou la cause supérieure qui leur permet de se sentir investis de droits spéciaux (est ainsi cité à titre d'exemple historique le connard colonialiste qui se sent justifié voir forcé de mettre sous tutelle les pays inférieurs pour leur bien, car tel est le fardeau de l'homme blanc). La liste se termine par une analyse de ce qui constitue probablement la pire variété de connard : le connard *délirant* (*delusional*) qui non seulement se trompe moralement en pensant que sa fonction ou ses talents lui donnent le droit à des avantages spéciaux, mais aussi tout simplement sur la nature de sa fonction et de ses talents (sont ainsi rapprochés Kanye West pour son incapacité à imaginer que ses talents de styliste ne sont peut-être pas aussi extraordinaires qu'il le pense et les banquiers de Wall Street pour leur étrange certitude de jouer un rôle clé et bénéfique dans l'économie mondiale).

Ainsi se résout dès les premiers chapitres le paradoxe du connard : si le connard suscite des réactions épidermiques, ce n'est pas à cause de ce qu'il fait, mais parce que son attitude semble supposer que nous sommes moins dignes de respect que lui et déclenche ainsi un farouche désir d'être reconnu. Cependant,

cette théorie sur la nature du connard n'est pas sans soulever certaines questions, qui seront traitées dans les chapitres suivants.

LA FABRIQUE DU CONNARD

Étant donné qu'être un connard est une certaine attitude (voire même un certain style de vie), on peut se demander quelle est en la source : est-on connard par nature, ou est-ce une question de culture ? Pour l'auteur, il fait peu de doute qu'être un connard est principalement une affaire culturelle : pour preuve, certaines cultures produisent beaucoup plus de connard que d'autres (l'auteur contraste ainsi le Japon et l'Italie, le premier étant selon lui pauvre en connard tandis que la seconde en serait la terre de prédilection, Silvio Berlusconi étant cité comme le connard par excellence). Il en va de même pour les différences entre sexes : si, pour l'auteur, on trouve beaucoup plus de connards parmi les hommes que parmi les femmes (les secondes ayant plus tendances à être des salopes – en anglais : *bitch*), c'est parce que les hommes sont plus souvent éduqués à s'affirmer et à se faire valoir, deux qualités indispensables à tout bon connard qui se respecte.

Cela pose bien évidemment le problème de savoir si le connard mérite d'être blâmé : si non content d'être moralement dans l'erreur (en pensant qu'il a le droit à des avantages spéciaux) et incurable (car immunisé aux arguments d'autrui), le connard est aussi un produit culturel, peut-on encore le tenir pour responsable de ses actes et le blâmer ? Après de longues considérations sur le type de responsabilité qui justifie le blâme, l'auteur conclut que oui : le connard mérite d'être blâmé, justement parce qu'il pense comme un connard. Toute autre solution reviendrait à conclure que le connard ne peut pas être blâmé précisément parce qu'il est un connard, une solution somme toute très paradoxale.

Mais l'idée que la fabrique du connard est principalement culturelle pose un autre problème : celle des effets délétères de la multiplication des connards dans des cultures où chacun se sent dans son bon droit de biaiser les règles de la coopération à son propre avantage. Plus particulièrement, l'auteur s'intéresse dans le chapitre 6 à la dégradation possible de la culture capitaliste dans une forme dévoyée qu'il appelle le "capitalisme de connards" (*asshole capitalism*). Commençons par préciser que l'auteur est favorable au capitalisme, qu'il définit une "société capitaliste" comme une société qui s'appuie principalement sur les marchés pour la distribution des biens et des services et l'allocation du capital, et qu'il pense que ce système, si lui on adjoint les mécanismes correctifs adéquats, est un bon système si l'on se fixe comme objectif le développement de liberté, la prospérité de tous, et la maximisation des opportunités offertes à chacun. Ce qui le préoccupe, c'est la possibilité que, le nombre de connards augmentant de façon significative, le capitalisme puisse se "dégrader" en une forme instable, le "capitalisme de connards". Selon l'auteur, le capitalisme est très sensible à la présence de connards : en effet, selon lui, le système capitaliste repose sur un certain nombre d'institutions et de règles que les partenaires doivent respecter pour que la coopération soit bénéfique au plus grand nombre.

Parce qu'ils bénéficient du capitalisme, et donc de ces institutions, les partenaires les respectent généralement. Mais le connard, lui, se croit tout permis, et en particulier de contourner ces institutions voire de les détourner à son profit (par exemple en faisant payer les autres pour ses déficits et ses investissements absurdes) : il augmente ainsi considérablement le coût de la coopération pour les autres. "Modélisation mathématique" à l'appui (voir la seconde annexe de l'ouvrage), l'auteur soutient que la prolifération de connards conduit peu à peu les autres à ne plus coopérer, ce qui à terme provoque l'effondrement du système capitaliste.

Cette menace est prise d'autant plus au sérieux par l'auteur que, selon lui, les Etats-Unis sont peut-être déjà dans une telle situation. En effet, l'auteur considère que les Etats-Unis ont vu au cours de ces dernières années se développer une "culture du bon droit" ("*entitlement culture*") selon laquelle chacun est spécial et justifié à chercher son enrichissement personnel et à contourner toutes les règles à cette fin. L'auteur passe en revue toute une série de contre-pouvoirs, qui auraient la possibilité de contrer l'influence de cette culture (la famille, la religion, la punition, la honte, la foi dans la justice et la coopération), mais conclut de façon pessimiste que ces contre-mesures sont soit irréalistes (une société dans laquelle les connards seraient punis verserait bien vite dans le totalitarisme) soit susceptibles d'être retournés (dans une société de connards où seuls les connards triomphent, les parents seraient vite tentés d'aider leur progéniture en les élevant en connards). L'auteur nous enjoint cependant à ne pas perdre espoir et à continuer à croire à la justice et à la coopération entre les hommes de bonne volonté (même si on est Italien).

GÉRER LE CONNARD

Finalement, les chapitres 5 et 7 cherchent à donner un avis pratique : comment se conduire en présence d'un connard ? Chercher à le changer est perdu d'avance, on l'a vu. On ne peut pas non plus l'éviter en permanence, car cela reviendrait à s'exclure tout bonnement de la société. Mais on ne peut non plus se contenter de le tolérer stoïquement, car non seulement cela est probablement au-dessus de nos forces, mais cela revient aussi à renoncer à toute reconnaissance (sans compter que, comme on l'a vu, le connard est nuisible à la bonne marche de la société). L'auteur propose alors une voie médiane : ne pas renoncer face au connard, mais ne pas chercher à le changer non plus. Cela passe par deux objectifs. Le premier est, lorsque l'on doit coopérer avec un connard, de fixer clairement les termes du contrat et de ne pas céder. Le second est de ne pas hésiter, quand le moment est adéquat, de répondre au connard : certes, le connard ne nous reconnaîtra jamais, mais il n'est pas notre seul public. S'affirmer face au connard peut être un moyen de nous reconnaître nous-même comme sujet moral, voire même de retrouver cette reconnaissance dans les yeux d'une tierce personne. Après tout, quand nous traitons de "connard" le chauffard sur l'autoroute, l'insulte ne vise pas tant à blesser le connard en question (qui ne l'entendra pas) qu'à affirmer notre bon droit et, si nous ne sommes pas seuls, à chercher l'approbation des autres.

Ainsi se conclut cette recension. Malgré ses qualités, ou plutôt du fait même de ses qualités (sérieux, technicité), l'ouvrage de Aaron James tire un peu en longueur – comme vous avez peut-être pu vous-mêmes vous en rendre compte à la longueur de cette recension . La blague tend donc à s'épuiser et la verve de l'auteur à s'essouffler : on sent que le surmoi professionnel de l'auteur l'a empêché de se livrer pleinement à ses pulsions de "pop philosophie". Il n'empêche que l'auteur parvient à tirer d'un phénomène apparemment banal des considérations techniques, élaborées et stimulantes sur des sujets aussi divers que notre désir de reconnaissance, la responsabilité et le déterminisme ou la coopération économique. Surtout, son découpage conceptuel de la catégorie du connard se déploie avec une telle évidence que l'on prend grand plaisir à mettre une théorie sur le sentiment désagréable que nous font ressentir certains individus. Reste alors à se poser la question de savoir si l'on est soi-même un connard