

Table des matières

1. Introduction.....	3
1.1 Question de recherche.....	3
1.1 Hypothèse.....	4
1.2 Plan.....	4
2. Définition du <i>Public Choice</i>	4
2.1 Les électeurs.....	6
2.2 Les fonctionnaires.....	6
2.3 Les politiciens.....	7
2.4 Les groupes d'intérêt.....	7
3. Les composantes du <i>Public Choice</i>	7
3.1 Methodological Individualism.....	8
3.2 Behavioral Symmetry.....	8
3.3 Politics as Exchange.....	9
4. Théorie de l'électeur médian.....	9
4.1 Définition.....	9
4.2 Les lacunes de la théorie.....	10
5. Désavantages.....	10
6. Conclusion.....	12
Références.....	14

1. Introduction

Depuis les années 60, une théorie qui tente d'expliquer le monde politique prend de plus en plus d'ampleur : le *Public Choice* (Mendema 2013; Mueller, 2015). Un mouvement américain qui nous vient des économistes, le *Public Choice* apporte les lois du marché pour expliquer certains comportements dans la prise de décision de la bureaucratie, et du secteur public plus largement. Les précurseurs de cette école de pensée voyaient une inconsistance dans les modèles proposés par les politologues de l'époque. Selon eux, les modèles avaient une inconsistance dans les comportements des individus, pour expliquer leurs comportements dans leurs activités marchandes, ont dit que les gens se comportent pour bénéficier leurs intérêts personnels, cependant, ces mêmes individus deviennent soudainement altruiste sur la scène politique et servent l'intérêt général. Le *Public Choice* répond donc à ce problème en voyant les gens se comporter dans leurs intérêts personnels, tant sur la scène politique que sur le marché.

1.1 Question de recherche

Avec la montée d'écriture qui sort de cette école, nous nous demandons, concrètement : quels sont les avantages et désavantages du *Public Choice*? Certes, plusieurs économistes ont tenté d'analyser la loi du marché et ont fait d'excellents progrès dans le domaine. Alors comment est-ce que leur lentille, leurs cadres d'analyse, se prête à la science politique? Ont-ils innové le monde de la science politique, ou ont-ils reformulé des idées des auteurs classiques?

1.1 Hypothèse

Notre hypothèse est que les économistes ont apporté une nouvelle façon de voir certaines choses et ont donc amené quelques innovations dans le domaine. Cependant, notre recherche préliminaire nous dit que plusieurs phénomènes et problèmes définis par le *Public Choice* sont en fait des concepts déjà connus et étudiés par des politologues classiques comme Alexis de Tocqueville ou néoclassiques comme Herbert A. Simmons, les problèmes ont simplement un nouveau nom (Mercier, 2001).

1.2 Plan

Afin de bien mener à notre recherche, nous allons tout d'abord offrir une explication de ce qu'est le *Public Choice* et ce qu'elle tente de répondre. Par la suite, nous allons développer en plus grandes profondeurs trois points qui composent le mouvement : *Methodological Individualism*, *Behavioral Symmetry* et *Politics as Exchange* (Munger, 2018). Nous discuterons aussi quelques paradoxes qui ressortent lorsque les électeurs sont vus comme étant des êtres purement rationnels. Par après, nous irons en détail dans un modèle qui revient souvent dans les ouvrages du *Public Choice* : le modèle de l'électeur médian. Ce concept tente d'expliquer pourquoi la production de certains projets du secteur public ne semble plaire qu'à un minimum de personnes. Finalement, avant de développer notre conclusion, nous étudierons les désavantages du *Public Choice*, c'est-à-dire, les éléments qui y sont souvent négligés.

2. Définition du *Public Choice*

Les politologues de l'époque voyaient, jusqu'avant l'apparition du *Public Choice*, le système politique démocratique comme étant composé d'individus : bureaucrates, électeurs, politiciens et fonctionnaires, qui travaillaient tous ensemble pour créer des lois

qui seraient dans l'intérêt primordial, et pour le bien de la société au complet. Une approche que Steven G. Medema a nommée : un secteur public bienveillant (Medema, 2013, p. 4). Pour sa part, le *Public Choice* nous vient des économistes, et ils voient le système démocratique comme étant composé de quatre groupes : les électeurs, les politiciens, les bureaucrates et les groupes d'intérêt. Ce dernier groupe est une sous-catégorie des électeurs, mais qui se distinguent du fait qu'ils sont particulièrement (ou directement) affectés par un projet de l'État. Chaque individu qui forme ces groupes ont tous des besoins et utilise la machine politique pour les obtenir et agissent dans leur intérêt personnel (Medema 2013; Munger, 2018). Les penseurs du *Public Choice* utilisent, comme cadre d'analyse, non pas l'État ou les lois, mais plutôt les actions des citoyens individuellement, des fonctionnaires, des membres de comité ou des bureaucrates (Simmons, 2011).

Les économistes de cette école nous disent que le secteur privé et les entreprises qui la composent sont manipulés par les lois du marché, de l'offre et de la demande. Les consommateurs vont choisir avec leurs portefeuilles quels biens ou services ils veulent, et aussi quelle institution ils veulent utiliser. Les entreprises doivent donc mettre le client au centre de toutes opérations, afin de rendre la transaction marchande le plus facile possible, sinon le consommateur ira chez un compétiteur. Cette force créée de la compétition qui amène de l'innovation. Cependant dans le secteur public, les organisations ont plutôt un monopole et les consommateurs n'ont presque aucun contrôle sur ses organisations. Le secteur public est vu comme étant contrôlé par une main invisible formée des valeurs collectives des politiciens, des fonctionnaires et des activistes qui, ensemble, se pensent représenter la volonté générale.

2.1 Les électeurs

Ce groupe comprend tous les payeurs de taxes, et cherchent à recevoir plus de services et de revenus des politiciens. Les électeurs se trouvent dans une situation intéressante dans le modèle du Public Choice. Jusqu'à présent, les politologues voyaient l'action de voter comme étant gratuite, et ramenaient des bénéfices quand même importants. Cependant, les économistes rejettent cette proposition. Ils proposent que l'action de voter à un coût, au minimum de dimension temporel. Par exemple, il serait pratiquement impossible de trouver un électeur informé de toutes les positions, sur tous les enjeux, de tous les politiciens se présentant à une élection. L'électeur va donc continuer de s'informer, c'est-à-dire dépenser du temps, tant que les bénéfices attendus de l'élection dépassent le coût lié à la recherche de l'information (Medema, 2013). À un certain point, l'électeur, nous dit le Public Choice, a dépensé assez de temps afin d'obtenir l'information sur les enjeux qui le concerne pour être capable de voter rationnellement et arrête de cueillir de l'information (Simmons, 2011).

2.2 Les fonctionnaires

Pour leurs parts, les fonctionnaires et bureaucrates cherchent à avoir plus de budget ou de financement venant du gouvernement, et des payeurs de taxes, pour financer leurs activités. Les individus de ce groupe cherchent à : "agrandir le volume de sa sphère d'influence bureaucratique : la taille du budget, le nombre de personnes supervisées, la gamme d'activités surveillées, les avantages et bénéfices liés à la fonction, les promotions, tout cela étant révélateurs du pouvoir, de l'influence et de l'importance" (Medema, 2013, p. 7).

2.3 Les politiciens

Selon le *Public Choice*, les politiciens sont seulement motivés par l'élection. Ils veulent garder leur emploi, et pour ce faire ils doivent se faire réélire. Pour atteindre cet objectif, ils vont donc devoir faire des promesses aux électeurs et aux groupes d'intérêts pour gagner leur support sous forme de votes (Simmons, 2011, p. 52). Leurs promesses, qui ne peuvent pas être légalement imposées, vont donc être très larges pour aller chercher le plus grand nombre possible d'électeurs. Ce qui crée le problème de *median voter*, un sujet qui sera exploré en profondeur plus bas.

2.4 Les groupes d'intérêt

Le Public Choice ne reconnaît pas que les membres d'un groupe d'intérêt peuvent efficacement représenter les intérêts des membres du groupe qu'ils représentent (Mercier, 2001). Au lieu, le Public Choice voit que les membres représentatifs peuvent seulement agir par rapport à leurs propres motivations. Le Public Choice nous dit que les citoyens se retournent seulement vers le secteur public que quand ils sont forcés à le faire, par manque de compétition, et quand ce secteur peut leur offrir une compensation monnayable (Mercier, 2001).

3. Les composantes du *Public Choice*

L'avantage principal du mouvement *Public Choice* est qu'elle nous propose une vision moins rose du monde politique. Elle propose trois composantes clés toutes interreliées et interdépendantes. Nous venant des États-Unis, le *Public Choice* partage la philosophie américaine toujours douteuse des intentions de l'État.

3.1 Methodological Individualism

Pour que le *Public Choice* soit compréhensible, il faut que tous les individus qui forment les groupes énumérés agissent dans l'objectif de servir leur propre intérêt. Puisque, selon les économistes, il est plus facile pour une personne de répondre à ses propres besoins. Par exemple, pour la plupart d'entre nous, nous nous demandons rarement comment notre journée pourrait améliorer le PIB de notre pays. Nous allons plutôt planifier notre journée par rapport à nos besoins personnels. Les fonctionnaires, bureaucrates et politiciens, qui viennent tous de la même branche de l'homo-sapien que nous, fonctionnent majoritairement de la même façon.

3.2 Behavioral Symmetry

Afin d'analyser la scène politique, il faut avoir une symétrie dans les comportements des individus. Il ne faut pas assumer que les politiciens sont motivés par l'altruisme lorsqu'il est au travail et que cette même personne soit motivée par l'avarice dans ces transactions marchandes. Les politiciens, nous dit le *Public Choice* ne sont pas si différent que vous et moi. Certes les bureaucrates et politiciens opèrent dans de contexte différent et d'incitations différentes, cependant la différence dans la conduite que nous pouvons observer entre nous et les politiciens doit être attribuée à la différence de contexte et d'incitation exclusivement (Munger, 2018, p. 371).

De plus, les électeurs dans l'ensemble doivent aussi suivre cette symétrie. Les citoyens ne peuvent pas être vus comme étant motivés par telle ou telle chose dans différentes théories des sciences sociales puis soudainement, devenir des êtres altruistes dans le kiosque de vote. Le *Public Choice* demande un minimum de consistance lorsqu'il vient le temps de définir le comportement des gens et leurs conduites.

3.3 Politics as Exchange

L'une des questions que le *Public Choice* tente de répondre est : quelle est l'autorité qui permet aux politiciens et aux bureaucrates de l'État de gouverner ses citoyens ? Si nous acceptons la proposition que les individus qui forment la machine étatique ne soient pas plus vertueux, ou altruiste que notre voisin, pourquoi les citoyens suivent les règles de l'État ? En bons économistes, les auteurs du *Public Choice* proposent qu'il faut aller voir la politique comme étant un échange de bénéfice mutuel (Munger, 2018). Il y a plusieurs bénéfices à gagner si nous participons tous à la politique. Prenons le secteur public en général comme exemple. Le secteur public doit intervenir pour compenser les manques du secteur privé (Mercier, 2001).

4. Théorie de l'électeur médian

Plusieurs théories sont sorties de l'école du *Public Choice*, certaines ont été abandonnées, d'autres sont restés et d'autres méritent une attention particulière. La théorie de l'électeur médian en est un exemple, selon Randall Holcombe (1989), la théorie ne devrait pas être entièrement abandonnée, mais devrait plutôt être utilisée comme une base et y ajouter des contraintes. Par exemple, l'économiste se base sur les théories de la compétition comme base et y ajoute les contraintes du monopole par-dessus, la théorie de l'électeur médian devrait-être traité de la même façon (Holcome, 1989).

4.1 Définition

Une courte définition de l'électeur médian est si on avait une médiane mathématique et qu'on placerait les électeurs sur cette ligne et ce processus irait de la gauche et de la droite comme le système politique. Donc, les candidats électoraux vont donner leurs promesses électorales et vont essayer d'aller de leur côté de la ligne

médiane. Si les votes se retrouvent dans le milieu, mais un peu à gauche c'est le côté gauche qui va remporter les votes, mais si la personne qui se retrouve à droite réussit à dire de meilleures promesses électorales et réussies à s'ajuster à la situation, les gens vont pencher plus vers la droite. Donc, le point initial des candidats électoraux est que personne ne veut une solution qui apporte au milieu de la médiane.

4.2 Les lacunes de la théorie

Selon Randall Holcombe (1989), la théorie a plusieurs points qui ne sont pas pris en considération dans le modèle, et c'est ce qui a causé le modèle à être presque entièrement abandonné par la fin des années 1970. L'auteur explique : « le modèle de l'électeur médian a été considéré comme impliquant que la production du secteur public était celle que l'électeur médian préférait le plus » (Holcombe, 1989, p. 116). La plus grande lacune du modèle est qu'il ne prend pas en considération de l'offre du secteur public. Pour un portrait complet d'une théorie économiste, il faut catégoriquement avoir l'offre et la demande, pas un sans l'autre. D'autres modèles et théories sont apparus pour remplir cet écart de la théorie, et offrent donc une vision complète du système politique. Cependant, Holcombe argumente qu'il ne faut pas abandonner la théorie au complet pour quelques lacunes, il faut plutôt s'en servir comme fondation. Dans son ouvrage, il supporte son argument avec des preuves empirique où la théorie a pu prédire avec raison, le comportement du secteur public (Holcombe, 1989).

5. Désavantages

Le Public Choice est un mouvement analytique, il est donc difficile de distinguer les thèmes qui sont analytiques et descriptifs de ce qu'est normatif et prescriptible (Mercier, 2001). Cependant, même si que l'idéologie ne devrait qu'être une façon d'expliquer, d'analyser, de voir les choses, elle ne peut s'empêcher de faire des recommandations. Ses recommandations, à quelques exceptions près, sont toujours de réduire la présence de l'État; que le secteur public devrait prioriser privatiser ses activités partout où c'est possible (Simmons, 2011). Sinon, nous prévient les économistes, la machine bureaucratie va continuer de croître indépendamment de si la charge de travail justifie cette croissance, et va donc amener une distribution inefficace des ressources (Mercier 2001).

Certes le secteur public à ses fautes, cependant il ne faut pas perdre de vue que le secteur public doit intervenir sur des projets nécessaires que le secteur privé ne veut pas entreprendre. Par exemple, des projets très dispendieux où il faudra investir beaucoup d'argent, et il sera seulement possible d'en récolter les profits plusieurs années après sa réalisation, comme l'est souvent le cas dans le monde de l'énergie, c'est le secteur public qui répond à l'appel, et non le secteur privé. Selon Jean Mercier (2001), les tenants du *Public Choice* 'sous-estiment les besoins de coordonner les différents secteurs de l'activité publique' (p. 162). Qui plus est, le Public Choice, avec son obsession des lois du marché, ne peut pas prendre en considération les individus qui ne font pas partie du marché, comme les générations futures, par exemple, qui sont une responsabilité du secteur public (Mercier, 2001).

6. Conclusion

En guise de conclusion, il est important de réaliser que le *Public Choice* nous vient des économistes américains, et en bon américain, ils sont douteux des intentions de l'État et préféré laisser les choses aux lois du marché. Certes, le *Public Choice* à ces avantages, entre autres, il serait possible que les solutions de plusieurs problèmes de la bureaucratie pourraient être régler avec un secteur public plus petit et plus souple. Cela étant dit, les auteurs du *Public Choice* n'inventent rien de nouveau; les problèmes qu'ils posent ont déjà été posés avant par des auteurs classiques de la science politique. On réalise aussi que lorsque le consommateur ne reçoit pas le service voulu, il va se trouver une autre entreprise qui donne les mêmes services, mais avec un service meilleur, donc il faut prendre en considération cette manipulation qui se développe lorsqu'il n'atteint pas les attentes du consommateur. Comme l'action de voter que la population pense que c'est gratuit, mais au bout de la ligne il faut réaliser que les gens dépensent du temps pour être le plus informés possible pour pouvoir choisir la meilleure représentation dans le système politique. Quand vient le temps des élections, tout le monde qui se représentent va essayer de pourvoir soit avoir un emploi ou même de se faire réélire pour garder leur emploi, donc il est important de réaliser qu'il a des salaires en mise sur la table pour un bon fonctionnement.

Références

- Buchanan, J. (2001). *The Intellectual Portrait Series: A Conversation with James M. Buchanan (Partie 1)*. Entrevue par Geoffrey Brennan. Indianapolis, Ind.: Liberty Fund. Récupérée à partir de https://www.econlib.org/archives/2013/10/james_buchanan_conversation.html
- Davies, A. (2017). Public choice theory : why government often fails. *Learn Liberty*. Récupérée à partir de <https://www.learnliberty.org/videos/public-choice-theory-why-government-often-fails/>
- Guillermo Owen, & Bernard Grofman. (1984). To vote or not to vote: The paradox of nonvoting. *Public Choice*, 42, 311-325.
- Holcome, R. G. (1989). The median voter model in public choice theory. *Public Choice*, 61, 115-125. doi : 10.1007/BF00115658
- Ishiyama, J. T., & Breuning, M. (Eds.). (2011). *21st century political science: a reference handbook (Vol. 1)*. Sage.
- Medema, S. G. (2013). Creating a paradox : self-interest, civic duty, and the evolution of the theory of the rational voter in the formative era of public choice analysis. *Æconomia*, 3(1), 61-86. doi : 10.4000/oeconomia.605
- Mercier, J. (2001). *L'administration publique : de l'école classique au nouveau management public*. Québec, Canada : Presses Université Laval.
- Mueller, D.C. (2015). Public choice, social choice and political economy. *Public Choice*, 163(3-4), 379-387. doi : 10.1007/s11127-015-0244-0
- Munger, M. C. (2018). On the origins and goals of public choice. *The Independent Review*, 22(3), 359-382.
- Simmons, R. T. & Gordon, T. (2011). *Beyond politics : the roots of government failure*. Oakland, CA : Independent Institute.