

SCIENCES ECONOMIQUES ET SOCIALES ET SUPER-HEROS

De l'utilité de la « Pop-Culture » pour enseigner l'économie

Créées il ya cinquante ans, les SES ont toujours eu pour vocation de permettre de comprendre l'environnement économique et social dans lequel vivent les élèves. Pour cela on peut user d'entrées « nobles », de ce dont on parle dans les journaux télévisés ou les livres savants : inflation, PIB, chômage, classes sociales,... et on peut emprunter aussi des entrées apparemment moins sérieuses, mais diablement efficaces. C'est ainsi qu'en 1997 j'ai pu concrétiser un projet qui me tenait depuis plus de dix ans, à savoir faire un cours entièrement basé sur l'Empire Disney. Walt Disney, cet entrepreneur un peu fou qui prit tous les risques possibles en innovant sans cesse – le premier dessin animé parlant, le premier en couleurs, le premier long métrage (Blanche-Neige), le premier véritable parc d'attractions à thème – cet entrepreneur emblématique du 20^{ème} siècle me permettait d'aborder les questions économiques de façon originale.

Disney fut aussi le « grand conteur » d'un siècle entrant dans l'ère de l'image et du « storytelling ». Avec cela, on pouvait aborder les questions de gestion, de stratégies d'entreprises, d'innovation mais aussi la question essentielle de l'imaginaire d'une société.



<http://dorkshelf.com/wordpress/wp-content/uploads/2009/08/marvel-disney.jpg>

Ce travail connut un renouveau en 2009 quand on annonça que Disney avait pris le contrôle du groupe Marvel (avant de s'attaquer à Lucas film). Marvel, la maison des super-héros qui me fit rêver durant mon adolescence !

Je me résolus alors à construire un nouveau cours sur la montée économique de Marvel jusqu'à ce rachat. Cela permit aussi d'aborder des questions non exclusivement économiques comme la censure : à la suite d'une violente campagne « anti super héros » au milieu des années 50, les éditeurs durent adopter un code d'autocensure et, en France, les éditions Lug qui éditaient les récits Marvel furent maintes fois soumises à des interdictions plus ou moins explicites.

Légendes et rumeurs : les apports de la psychologie sociale

Cela permit aussi d'aborder une question qui m'a toujours tenu à cœur et qui est celle des rumeurs et des légendes urbaines : les éditions Lug, étant obligées de cesser la parution de leur magazine Marvel en catastrophe, ne purent sortir le numéro 14 qui était pourtant annoncé.

La couverture fictive du Marvel n°14



Il en résulta une légende qui dure toujours selon laquelle quelques exemplaires ont pu tout de même être publiés et se revendrait aujourd'hui à prix d'or. En fait, ces exemplaires n'ont jamais existé, si l'on exclut les faux qui ont été fabriqués par la suite et se vendent sous le manteau. Cela peut paraître sans intérêt mais il faut songer que cette « légende » m'a permis de donner aux élèves quelques éléments de compréhension des rumeurs, phénomène qui est devenu aujourd'hui un fléau sur internet.

Le marché des BD : Comment expliquer les mécanismes de marché à partir de la revue Strange

Et on peut ajouter que cela m'a aussi donné l'occasion d'aborder de manière sympathique la question des marchés et des prix de marché à l'aide de l'exercice suivant :

« De nombreux amateurs de super-héros sont prêts à acheter le Strange n°1 sur le marché de l'occasion mais pas à n'importe quel prix. Le prix que chacun sera prêt à mettre dépendra de ses motivations de base ; Certains aiment ces récits mais sont prêts à y renoncer si le prix est trop élevé ; ils ne dépenseront donc pas plus d'une faible somme. D'autres sont prêts à proposer plus pour le plaisir de lire ces récits dans le magazine d'origine mais savent qu'ils peuvent aussi les lire dans des rééditions récentes ; ils seront donc prêts à mettre un peu plus que les premiers. D'autres sont prêts à dépenser encore plus car ils désirent vraiment posséder ce magazine ; ceux là pourront donc payer très cher leur magazine. Certains, enfin, ne désirent acheter le magazine que dans l'histoire de le revendre plus cher.

Mais il faut bien qu'il y ait des offreurs en face. Certains auront récupéré ces magazines par hasard (lors d'un héritage, par exemple) et n'en connaissent pas la valeur ou s'en désintéressent totalement. Ils sont donc prêts à les vendre à un prix faible. D'autres en connaissent la valeur mais ont des besoins d'argent et sont donc prêts à vendre mais pas à un prix trop faible. Une troisième catégorie de vendeurs cherche à en tirer le plus grand gain possible et fera monter les enchères au maximum. Certains, enfin, ne s'en sépareront pas pour tout l'or du monde.

Imaginons que nous puissions interroger ces différents demandeurs et offreurs et leur demander que prix maximum ils sont prêts à accepter pour acquérir ce magazine ou, à l'inverse, jusqu'à quel prix ils accepteront de descendre pour le vendre. Les résultats sont retranscrits dans le tableau ci-dessous :

PRIX (en Euros)	DEMANDE	OFFRE
50	2 000	80
100	1 000	160
200	500	320

300	333	480
400	250	640
500	200	800

QUESTIONS :

- 1) *Que se passe-t-il si le prix proposé est de 50 Euros ? Que se passe-t-il s'il est de 400 euros ?*
- 2) *Représentez les données du tableau dans un axe avec les quantités (offertes et demandées) représentées en abscisse et les prix en ordonnée.*
- 3) *Que représente l'intersection des deux courbes tracées dans le graphique*

Le « genre », là aussi

Puis de fil en aiguille j'ai pu m'attaquer au contenu même de ces récits. Si Disney avait voulu mettre la main sur Marvel c'est que cela lui permettait de s'attacher un public qui lui échappait jusqu'à présent, celui des garçons adolescents.

Mais pourquoi les garçons préfèrent-ils Spiderman ?



<http://www.deguisement-halloween.info/wp-content/uploads/2013/09/deguisement-spiderman-enfant.jpg>

En effet, les super héros étaient avant tout appréciés des garçons : comment expliquer cette spécificité « genrée » ? Encore une occasion de faire des S.E.S. puisque la sociologie est, à côté de l'économie, l'autre discipline majeure de notre enseignement, et une occasion de montrer qu'il est souvent judicieux de lier économie et sociologie pour comprendre le monde environnant.

« Comprendre le monde environnant » ! Eh oui ! Car ces séries, derrière leur légèreté permettent aussi de comprendre ce monde. Les auteurs de super-héros sont aussi des vendeurs de récits qui ne tiennent pas à effaroucher leur public. Donc, ce qu'on trouve dans ces récits, c'est aussi ce qui est désiré ou accepté par le public et quand apparaît un élément nouveau c'est parfois le signe que dans le « monde réel » un interdit ou un tabou est tombé.

Sociologie : Une lecture pour ados ?

Il n'est dès lors pas étonnant que les super-héros créés à l'aube des années 60, spider man, les X men, Daredevil... furent largement un décalque des baby boomers, alors adolescents, qui les lisaient. Comme leurs lecteurs, ils étaient fragiles, mal insérés dans la société mais incroyablement puissants en secret. Il y a là un

travail passionnant à effectuer et celui-ci nous amène aux confins de la sociologie et de la psychologie ; autant parler de « psychologie sociale », une autre des sciences sociales abordées en SES.

Tirailé entre ses obligations super-héroïques et son envie de s'intégrer, le super-héros est une métaphore de l'adolescence



Politique et super-pouvoir

Ces récits sont également plongés dans les grandes interrogations de leur temps : je me souviens de cet épisode d'Iron Man, paru peu après la centaine d'émeutes raciales qui ont touché une bonne partie des Etats-Unis entre 1965 et 1968, où le héros est confronté à un personnage aux super pouvoirs, « le Brandon », militant noir radical alors que lui même soutenait la contestation modérée.



Un curieux personnage que cet Iron-Man, bien peu nuancé quand il pense avoir à faire à des ennemis entièrement négatifs, tels les communistes aux tout débuts des années 1960 ou les talibans aujourd'hui, mais beaucoup plus nuancé et prudent durant les années 1960-70, et fragile et sombrant dans l'alcoolisme par la suite, symbole d'une Amérique qui, à l'époque, doutait d'elle-même.

Mais ces héros aux super pouvoirs peuvent aussi être des menaces involontaires pour la société. Ainsi, à la suite d'une « bavure », le gouvernement des Etats-Unis ordonna aux super-héros de se faire recenser et de dévoiler leur identité. Certains, sous la conduite d'Iron-Man, obéirent alors que d'autres, menés par Captain America, s'opposèrent à cette directive à leurs yeux contraire aux valeurs américaines. Il s'ensuivit une véritable guerre entre groupes de super-héros (« Civil Wars ») autour de la question du pouvoir. La question du pouvoir c'est le cœur même des Sciences Politiques : si certains ont assez de pouvoirs pour garder les hommes, qui gardera les gardiens ? (« Who watches the Watchmen ? »).

Watchmen : qui garde les gardiens ?

Si le pouvoir corrompt, que craindre du super-pouvoir ?



C'est une question déjà ancienne posée par Juvenal et c'est aussi le titre d'une bande dessinée, « Watchmen », qui fit basculer les récits de super-héros dans une ère nouvelle au milieu des années 1980.

Handicap, stigmatisme et intégration

Nos super-héros sont pratiquement tous handicapés : Daredevil est aveugle, Iron man est cardiaque, Thor est boiteux, etc... En 2012, dans le livre que j'ai écrit (à la suite du travail fait en cours auprès de mes élèves), j'ai abordé longuement la question du handicap (physique mais aussi social) en montrant que le couple handicap/pouvoir hantait tous les écrits depuis les grands mythes grecs et nordiques et plongeait également dans les thématiques les plus actuelles.

Professeur Xavier : le handicap indissociable du super -pouvoir



A l'époque j'utilisais l'exemple d'Oscar Pistorius, multi-médaille aux « paralympiques », mais je n'avais pas imaginé le succès à venir de cette thématique où on compare systématiquement les personnes handicapées à des super-héros (ce qui les agace d'ailleurs parfois). La réflexion sur le super-pouvoir est une formidable façon d'aborder la question du handicap ; je l'ai fait notamment en m'appuyant sur les travaux du sociologue Ervin Goffman, auteur de « Stigmates – les usages sociaux des handicaps », et nous revoilà à faire de la sociologie à partir des super-héros.

Si on fait le compte, les super-héros m'ont permis de parler d'entreprises, de stratégies industrielles, de genres, de marchés, de rumeurs, de racisme, d'action collective, d'intégration, de pouvoir, de politique, etc... ce n'est pas si mal pour un sujet supposé peu sérieux. Certes on ne peut peut-être pas tout aborder : je n'ai pas parlé de PIB ou de développement durable, d'inflation ou de dévaluation, pas de chômage non plus. Mais on pourrait bien envisager un super héros au chômage. Pourquoi pas ? Ce ne serait pas si loin du thème de « Comment je suis devenu super-héros » de Gerald Bronner dans lequel le dénommé Titan est dépressif parcequ'il a perdu sa place au TOP 30 des super-héros. Gerald Bronner c'est aussi un universitaire, professeur de sociologie. Tiens on y revient à la sociologie ?

Pour finir il faut signaler que deux enseignants en SES ont publié des livres sérieux sur les super-héros Thierry Rogel, l'auteur de ces lignes, qui a écrit « Sociologie des super-héros », dans le quel il développe les thèses présentées précédemment. Jean Philippe Zanco qui a publié La « société des Super-héros », un recueil des travaux dirigés qu'il a construit pour ses élèves de lycée en se fondant uniquement sur ces diables de super-héros.

L'AUTEUR

Agrégé de Sciences Economiques et Sociales, Thierry Rogel s'applique depuis plus de trente ans à fournir à ses élèves de lycée quelques clés pour comprendre la société et ses évolutions en puisant dans les diverses sciences sociales que sont la sociologie, l'ethnologie, la psychologie sociale, les sciences politiques et la science économique. Il s'est donc passionné pour la vulgarisation des sciences sociales et notamment de la sociologie ([Introduction impertinente à la sociologie](#)) On peut retrouver ses cours et interventions sur les super-héros sur son site internet [Autour des Super-Héros](#) ainsi que ses [travaux pédagogiques](#)