

«Le développement personnel est le nouvel opium du peuple»

Damien Karbovnik, sociologue

Sociologue et chercheur au CNRS, Damien Karbovnik signe, avec *Le Développement personnel, nouvel opium du peuple?* (1), un essai éclairant sur l'un des phénomènes les plus vastes, et sans doute les plus mal compris, de notre époque. Après avoir longuement étudié les spiritualités contemporaines, il s'attaque ici à cette religion douce de la performance et du bien-être qui s'est emparé de l'air du temps. Yoga, méditation, coaching, cartomancie, psychologie positive... Autant de pratiques hétérogènes qu'il replace dans une perspective historique et sociologique, pour en révéler la logique commune: celle d'une promesse de salut intérieur dans un monde épuisé. Loin du pamphlet, Damien Karbovnik montre comment le développement personnel est devenu le miroir de nos fragilités collectives. Il répond à une soif légitime de sens tout en transformant les angoisses en marché. Sous couvert d'autonomie et de liberté, il diffuse une morale de la responsabilité individuelle qui fait peser sur chacun la charge d'être heureux, performant, épanoui. Dans un «empire des émotions» où le bien-être se consomme comme une marchandise, le salut se paie désormais en stages, applis et retraites.

Par
Nidal Taibi

A l'heure où les algorithmes de TikTok et d'Instagram prescrivent des «quêtes de soi» en vidéos de 30 secondes, cet essai tombe à point nommé. Il interroge ce que cette ruée vers le «mieux-être» dit de notre rapport à la souffrance, au travail, à la responsabilité et à la démocratie. Dans cet échange, le sociologue revient sur les ressorts économiques et culturels d'un phénomène planétaire: une nouvelle religion de soi, à la fois consolatrice et contraignante, qui promet la liberté mais vend l'adaptation, et dont il invite à retrouver la part d'illusion et la part d'humanité.

Votre titre reprend la formule de Marx sur la religion comme «opium du peuple». Pourquoi ce choix?

Le titre est un clin d'œil à Marx, bien sûr, mais aussi une manière de signaler qu'on parle d'un phénomène qui déborde largement le rayon «bien-être» des librairies. Comme la religion à son époque, le développement personnel promet un sens, une consolation et une délivrance face aux angoisses existentielles... tout en risquant d'anesthésier la critique sociale. L'idée du livre est née d'un double constat: d'un côté, l'ampleur spectaculaire du marché du «mieux-être», ...

Le grand
entretien



... de l'autre, l'absence de réflexion globale sur ce qu'il dit de notre époque. Plutôt que de faire un pamphlet de plus «pour» ou «contre», j'ai voulu analyser ce succès comme le miroir de nos fragilités contemporaines, et aussi montrer que derrière les promesses de «bonheur garanti», on trouve souvent plus de questions que de réponses.

Yoga, reiki, psychologie positive, coaching, cartomancie même... Vous insistez sur l'extrême diversité du champ. Qu'est-ce qui fait lien entre toutes ces pratiques?

Ce qui les relie, c'est moins une doctrine commune qu'une promesse partagée: celle d'aller mieux, de se réconcilier avec soi-même et d'apprendre à «gérer» ses émotions. Qu'il s'agisse de yoga, de reiki, de cartomancie ou de coaching, toutes ces pratiques promettent, chacune à leur manière, de nous améliorer, ou au moins de donner l'impression qu'on peut devenir une version «optimisée» de soi-même. Le fil rouge est donc l'idée que le salut se trouve à l'intérieur, que nous portons déjà les ressources pour évoluer et progresser. Peu importe la technique employée: toutes reposent sur une même logique de responsabilisation individuelle, séduisante parce qu'elle valorise l'autonomie, mais piègeuse, car elle peut aussi culpabiliser ceux qui «n'y arrivent pas».

Vous rappelez que le secteur du bien-être mondial pèse 1.500 milliards de dollars. Comment expliquer un tel succès économique?

Si le secteur du bien-être pèse si lourd, c'est parce qu'il touche à un besoin universel et permanent: celui d'être heureux, ou au moins de souffrir un peu moins. Sur ce terrain, l'offre est infinie, car il y a toujours une nouvelle méthode, un nouveau coach ou un nouveau gadget pour promettre d'y parvenir. Le succès économique se justifie aussi par la logique du capitalisme contemporain: transformer nos fragilités en marché. Stress, fatigue, anxiété, manque de confiance deviennent autant de niches lucratives. Enfin, ce marché prospère parce qu'il vend non pas des objets mais des espoirs, ce qui lui permet de se renouveler sans cesse. Et comme chacun d'entre nous est prêt à payer pour une promesse de mieux-être, le développement personnel reste un filon inépuisable. Au fond, le développement personnel fonctionne comme une promesse sans fin: on croit l'acquérir, mais il se renouvelle aussitôt, un peu comme une mise à jour logicielle... qui n'est jamais définitive.

Vous décrivez un «empire des émotions», où le bien-être se consomme comme une marchandise...

Je veux souligner que notre époque a placé le ressenti au centre de tout: la réussite, l'amour, le travail, la santé... tout se mesure à l'aune de ce que l'on éprouve. Le développement personnel s'inscrit parfaitement dans cette logique en proposant d'apprendre à mieux gérer, optimiser ou «rentabiliser» ses émotions. Mais ce registre intime s'est mué en marché florissant: méditer, respirer, se motiver

ou «lâcher prise» s'achète désormais sous forme d'applis, de stages ou de séminaires. Le bien-être se consomme alors dans un vaste supermarché des émotions, avec ses rayons «zen» et ses promotions «bonheur garanti». Ce que je pointe, c'est cette situation paradoxale où l'on vend la liberté intérieure comme un produit de grande distribution.

Que dit cette centralité de l'émotion de l'époque?

Elle révèle à la fois une aspiration légitime à mieux vivre et une fragilité collective. Dans un monde saturé d'informations, de compétitions et d'incertitudes, on cherche des repères immédiats, et quoi de plus immédiat qu'une émotion? C'est un langage théoriquement universel, compréhensible sans diplôme ni mode d'emploi. Mais cette valorisation des émotions traduit aussi un glissement: là où hier la raison, le devoir ou la foi donnaient le cap, aujourd'hui c'est le ressenti qui fait office de boussole. Or, une société guidée par l'instant émotionnel est à la fois plus humaine et plus instable, car les émotions s'enflamment vite et s'épuisent tout aussi rapidement. Nous vivons ainsi dans un monde où l'émotion est reine, mais une reine un peu capricieuse.

Yoga, coaching, méditation, des pratiques d'une promesse de salut intérieur.



BELGA

«Hier la raison, le devoir ou la foi donnaient le cap, aujourd'hui le ressenti fait office de boussole.»



Vous reprenez la notion d'Eva Illouz d'«emodities», ces marchandises émotionnelles. Le bien-être est-il devenu une ressource économique comme une autre?

Oui, le bien-être est devenu une véritable ressource économique, au même titre que l'énergie ou les données personnelles. Avec la notion d'«emodities», Eva Illouz montre bien comment nos émotions sont transformées en biens échangeables. On ne vend plus seulement un service ou un objet, mais la promesse d'un état intérieur. Une séance de yoga, une appli de méditation ou un coaching ne s'achètent pas pour ce qu'ils sont, mais pour l'émotion qu'ils prétendent garantir: sérénité, confiance, motivation. Ce glissement est révélateur: notre intimité affective devient une matière première exploitable, avec ses cours, ses tendances, ses bulles spéculatives. Le bien-être, hier idéal moral ou spirituel, se retrouve aujourd'hui traité comme un bien de consommation à part entière.

Vous formulez des critiques sévères sur la psychologie positive. Que lui reprochez-vous exactement?

La psychologie positive a eu le mérite de remettre le bonheur et le bien-être au centre des sciences humaines, en renouant avec une démarche expérimentale. Mais, comme toute discipline, elle a ses angles morts. Mes réserves portent moins sur l'idée que sur la méthodologie: mesurer le bonheur reste éminemment subjectif, et les critères retenus varient selon les cultures, les contextes ou les individus. De plus, en tendant parfois à vouloir trouver des «recettes» pour être heureux, la psychologie positive fait peser sur les individus la responsabilité de leur état, comme si le contexte social ou économique n'entrait pas vraiment en ligne de compte. Cela ne la disqualifie pas, mais invite à garder une distance critique: la science du bonheur ne peut pas tout expliquer, ni tout résoudre... et elle risque parfois de créer plus d'angoisses qu'elle n'en guérit.

Certains pourraient vous objecter que, après tout, si certaines pratiques «font du bien», même au prix d'un effet placebo ou d'une efficacité symbolique, pourquoi ne pas les pratiquer?

Je n'ai rien contre le fait que des pratiques «fassent du bien», même si c'est par effet placebo ou efficacité symbolique. Après tout, si une méditation ou un tirage de cartes aide quelqu'un à mieux vivre, pourquoi le lui reprocher? Mon propos n'est pas de distribuer des bons et des mauvais points, ni de jouer les gardiens du vrai et du faux. Ce qui m'intéresse, c'est d'analyser ce que ce succès révèle de nos sociétés: pourquoi avons-nous tant besoin de ces pratiques? Que disent-elles de nos fragilités, de nos espoirs et de nos impasses? Autrement dit, je ne cherche pas à critiquer ou valider ces démarches, mais à montrer les logiques à l'œuvre derrière elles. Libre à chacun ensuite d'y trouver son bonheur, placebo ou pas.

Vous distinguez psychologie positive et pensée positive. En quoi consiste la différence?

La confusion est fréquente, mais la différence est nette. La psychologie positive, née à la fin des années 1990 avec Martin Seligman, se veut une discipline scientifique: elle étudie ce qui rend les gens heureux, en mobilisant des enquêtes et des protocoles expérimentaux. La pensée positive, elle, remonte aux années 1950, avec Norman Vincent Peale, et relève davantage du credo personnel: il suffirait de penser positivement pour attirer la réussite et le bonheur. Autrement dit, la première cherche à comprendre, la seconde à croire. Dans les librairies et les discours médiatiques, les deux se mélangent souvent, ce qui entretient les malentendus. Et si la psychologie positive est perfectible, elle n'a tout de même pas grand-chose à voir avec la magie du «tout est possible si tu y crois assez fort».

A vous lire, le développement personnel ressemble à une religion sécularisée, avec ses rites, ses médiateurs, ses conversions...

L'analogie avec la religion tient au fait que le développement personnel mobilise des formes et des fonctions très proches: il propose des rites (méditer, écrire un journal, assister à des retraites), des médiateurs (coachs, chamanes, thérapeutes) et parfois de véritables expériences de conversion («comment ma vie a changé après ce stage»). Comme la religion, il donne du sens à l'existence, regroupe une communauté de croyants et une promesse de salut qui, dans son cas, se nomme «bien-être» ou «réalisation de soi». En somme, il ne promet plus l'éternité dans l'au-delà, mais une plénitude ici-bas. Quant à son dieu, il est à chercher en chacun de nous: il porte le visage du «moi».

Vous soulignez le lien entre développement personnel et néolibéralisme (reprenant Eva Illouz et Edgar Cabanas). Quel est le lien entre les deux?

Le développement personnel fonctionne selon les logiques du néolibéralisme, même lorsqu'il en formule la critique. Ce système économique valorise ...

A man with a shaved head and a light beard is leaning on a green metal railing. He is wearing a dark blue or black suit jacket over a matching button-down shirt. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a blurred green landscape, suggesting a park or garden. The text is overlaid on the right side of the image.

«L'individu devient entrepreneur de lui-même, sommé de gérer ses émotions et d'optimiser son "potentiel".»

... un individu autonome, compétitif, flexible, tenu d'investir sans cesse dans son «capital humain». Le développement personnel propose la même dynamique, mais transposée au registre intime: l'individu devient entrepreneur de lui-même, sommé de gérer ses émotions et d'optimiser son «potentiel». Comme le montrent Illouz et Cabanas, c'est précisément parce qu'il épouse ces logiques qu'il connaît un tel succès: il accompagne l'esprit du temps, tout en donnant le sentiment de lui résister.

Certaines données avancent que le public est majoritairement féminin, diplômé, urbain. Confirmez-vous ce profil?

On imagine souvent le public du développement personnel composé de femmes, diplômées, urbaines, l'archétype de la Parisienne qui fait du yoga, mange bio et part en retraite spirituelle pour «se reconnecter». Mais cette caricature ne résiste pas à l'observation. Le développement personnel a en réalité pénétré presque tous les milieux sociaux et culturels, chacun se l'appropriant à sa manière: ici un cadre qui lit sur le *leadership*, là un ouvrier qui écoute des podcasts de motivation, ailleurs un étudiant qui découvre un manuel de confiance en soi, une retraitée qui pratique la méditation ou même un supporter de foot qui regarde la série *Ted Lasso* (NDLR: *qui met en scène un entraîneur sans expérience dans ce sport*). On ne dispose pas encore de données précises sur le phénomène dans sa globalité, mais une chose est claire: sa diffusion est massive. Le développement personnel n'est pas réservé à une élite ou à un profil type. Il s'impose comme un langage commun de notre époque, susceptible de parler à quiconque est en quête de sens.

Comment cette sociologie éclaire-t-elle les inégalités que le développement prétend gommer?

Le développement personnel ne supprime pas les inégalités, il les traverse et s'y adapte. Tandis que certains peuvent s'offrir des retraites de yoga à l'autre bout du monde ou des coachings facturés au prix d'un loyer, d'autres se contentent d'un podcast de motivation, d'un tuto YouTube ou d'un manuel trouvé en supermarché. On pourrait dire qu'il existe un développement personnel «de luxe» et un développement personnel «discount», mais l'un comme l'autre reposent sur la même promesse: donner du sens et améliorer sa vie. C'est sa force: il ne gomme pas les inégalités sociales, il les reflète en proposant à chacun une version adaptée de la quête du mieux-être.

Aujourd'hui, l'algorithme de TikTok ou Instagram devient prescripteur de «quêtes de soi». Que cela change-t-il dans la diffusion du développement personnel?

Les réseaux sociaux changent l'échelle et la vitesse de diffusion. Là où, hier, il fallait acheter un livre ou s'inscrire à un stage, il suffit aujourd'hui de scroller pour recevoir en boucle des «conseils» de bien-être. L'algorithme de TikTok ou d'Instagram fonctionne comme une machine à fabriquer du développement

Bio express

1988

Naissance à Bouaké (Côte d'Ivoire).

2017

Docteur en sociologie.

2019-2023

Maître de conférences contractuel en histoire des religions à l'université de Strasbourg.

Depuis 2022

Chargé de cours dans le master spiritualités, religions, utopies et mondes symboliques à l'université Paul Valéry, à Montpellier.

personnel en continu: vidéos de motivation, routines de yoga, mantras en 30 secondes. Cela a deux effets. D'abord, une massification sans précédent: tout le monde y a accès gratuitement, partout et tout le temps. Ensuite, une simplification extrême: le travail sur soi se réduit parfois à des slogans faciles à consommer. Le risque est que le développement personnel devienne une sorte de fast-food de la quête de sens.

Vous décrivez le développement personnel comme un récit qui réorganise nos rapports aux autres, au monde, à soi. Est-il en train d'inventer une sorte de nouveau «contrat social»?

Oui, le développement personnel peut être lu comme un nouveau récit collectif, presque un «contrat social» implicite. Là où les religions ou les idéologies politiques structuraient autrefois nos liens, il propose aujourd'hui une grammaire du vivre-ensemble centrée sur l'individu. Ce contrat n'est pas écrit, mais il repose sur quelques règles simples: chacun doit travailler sur soi, apprendre à gérer ses émotions, chercher son authenticité et respecter celle des autres. C'est une forme de pacte de coexistence pacifiée, où l'harmonie passe par l'auto-optimisation. Ce récit est séduisant, mais il a ses limites: en privilégiant le «soi», il peut fragiliser le «nous». Le développement personnel invente un contrat social paradoxal: il nous relie les uns aux autres en nous renvoyant sans cesse à nous-mêmes.

Enfin, après cette enquête, que reste-t-il de votre propre rapport au développement personnel? Quelles pratiques gardez-vous, et lesquelles vous semblent aujourd'hui impossibles à défendre?

Mon enquête ne vise pas à dresser une liste de «bonnes» ou de «mauvaises» pratiques, mais à comprendre ce qu'est le développement personnel, ce qu'il fait à nos sociétés et à nos vies. Mon rapport au sujet est simple: chacun est libre de méditer, de tirer les cartes ou d'écouter des podcasts de motivation, si cela lui fait du bien. Encore faut-il savoir ce qui se joue dans ces démarches et reconnaître leurs limites. Le problème apparaît quand ces outils sont érigés en solution universelle, notamment dans le monde du travail: on demande aux individus de gérer leur stress ou leur fatigue par la méditation ou le coaching au lieu de s'interroger sur l'organisation ou les conditions qui les produisent. Apprendre à mieux respirer ne sert à rien si l'air qu'on respire reste irrespirable. ●

(1) *Le Développement personnel, nouvel opium du peuple?*, par Damien Karbovnik, Equateurs, 224 p.

