

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire	7
Prolégomènes	11

1 LE LIBÉRALISME N'EST PAS UN BON PLACEMENT POUR UN OPPORTUNISTE

I. Réussir aux dépens des autres	30
A. L'économie autrichienne n'est pas ignorée	30
B. L'humilité ne rapporte pas	31
C. Vous êtes un Rastignac : ne soyez pas libéral	32
II. Comment les libéraux furent évincés : une brève histoire	34
A. L'affaire Napoléon - J.-B. Say : de lourdes conséquences	34
B. Enseigner l'économie à l'université : les libéraux éliminés... malgré de notables exceptions	36
C. Le rejet du libéralisme par les intellectuels : une première explication par le déclassement	40
D. L'économiste n'y échappe pas	41

2 STRATÉGIES ET TACTIQUES DES INTELLECTUELS SUR LE MARCHÉ DES IDÉES

I. Orgueil et préjugés	46
A. Petits mensonges entre intellectuels	46
1. Une typologie du producteur d'idées : une première approche	46
2. La perte de prestige des universitaires	47
3. Enrichissez-vous : quand la finance et la gestion évincent la réflexion économique	49
4. Éléments d'ambiance chez les économistes universitaires	49
5. La schizophrénie de beaucoup d'intellectuels	51
B. Les stratégies possibles pour un intellectuel : premiers matériaux	52
1. La stratégie initiale : s'adresser aux pairs	52
2. D'autres ciblent l'opinion publique	52
3. Pourquoi pas les deux marchés ?	53

4. Une première conséquence importante	53
5. Offrir un kit de prêt-à-penser spectaculaire.....	54
C. L'économiste en sa Tour de Babel.....	54
1. Prédire l'ordre social idéal: un péché	54
2. L'humilité du vrai économiste.....	56
3. Sur la théorie des jeux: une fascination pour quel résultat?.....	56
4. La théorie des jeux c'est la capture par un petit nombre de la possibilité pour tous de comprendre l'action humaine	58
II. Le libéralisme au prisme du marché des idées et des médias de masse.....	60
A. Les stratégies possibles: deuxième réflexion	60
1. Ne pas confondre quantité et qualité.....	60
2. La procédure sur le marché des idées.....	60
B. Les trois marchés.....	61
1. Le marché I: Les savants	61
2. Le marché II: Du producteur au consommateur d'idées.....	61
3. Quelle stratégie choisir?	62
4. Le marché III: Les médiateurs.....	62
C. Les raisons endogènes de l'incompréhension du libéralisme par les médias de masse.....	64
1. Les journalistes sont hostiles au marché: une première explication par leurs opinions	65
2. La piste suffisante des raisons endogènes	66
3. L'exemple de l'ordre social spontané.....	67
4. Celui du self-love	67
5. Des débats bâclés	67
6. Et Internet apparut.....	69

3 LE LIBÉRAL ET LE SOCIALISTE : PORTRAITS CROISÉS

I. Raison et sentiments I: le libéral.....	74
A. Une différence de statut: première réflexion.....	74
1. Le confort de l'irresponsabilité	74
2. Le socialisme est un sentiment.....	75
B. Un essai de psychologie et sociologie du libéral.....	78
1. La mentalité libérale est une disposition peu répandue.....	78
2. Profil et portrait d'un libéral.....	79
3. Le refus de la grégarisation au risque de la solitude	81
C. Les fragilités d'une position	81
D. Esthétique d'abord!.....	82

II. Raison et sentiments II : Le socialiste.....	84
A. Une différence de statut : deuxième réflexion.....	84
B. Un essai de psychologie et de sociologie du socialiste	86
1. Le départage par le critère de la réalité	88
2. Ultimes considérations sur le socialiste	89
En guise de conclusion : <i>No bridge</i>.....	93
Annexes I. Sur une appréciation du professeur Pascal Salin Brèves remarques en défense des économistes français du troisième quart du XX ^e siècle.....	97
Annexe II. Un chemin dissident: l'intérêt général ou l'invention d'un faux concept.....	107
Bibliographie.....	123
Index <i>nominum</i>	137