



# ICP

UNIVERSITAS  
CATHOLICA  
PARISIENSIS

Zoom  
sur

## Hazel Kyrk, l'économiste méconnue qui anticipa notre société de consommation moderne

Dès 1923 dans sa *Théorie de la consommation*, Hazel Kyrk (1886-1957) anticipe l'émergence de la société de consommation en cherchant à analyser les raisons pour lesquelles les ménages états-uniens achètent des biens ou des services en ne se limitant pas au foyer et à la famille.



Recevez l'actualité de l'ICP !

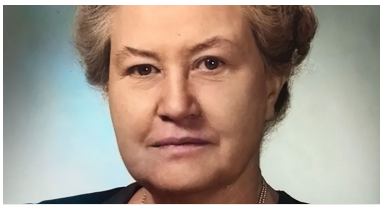
**Je choisis mes centres d'intérêts**

Par David Philippy, Maître de conférences en Economie à l'ICP

A lire aussi :

>> Découvrez tous les articles de nos enseignants-chercheurs parus dans *The Conversation*

*Hazel Kyrk - Wikimediacommons*



À LA UNE THE CONVERSATION

Une question inutile, sans intérêt. Jusqu'aux années 1920, c'est ainsi que les économistes perçoivent l'étude de la consommation... Pour Adam Smith, le père fondateur de l'économie au XVIII<sup>e</sup> siècle, la consommation est seulement le « but ultime » de la production. Il n'y a donc pas lieu de l'étudier pour elle-même. À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, les quelques rares économistes qui s'intéressent à l'étude de la consommation, comme Thorstein Veblen, sont peu entendus.

C'est dans ce contexte que, en 1923, Hazel Kyrk (1886-1957) publie son tout premier livre, *Théorie de la consommation* (*A Theory of Consumption*). Née dans une famille rurale modeste au cœur de l'État d'Ohio aux États-Unis, elle travaille un temps comme aide familiale chez l'économiste Leon Carroll Marshall (1879-1966). Rencontre décisive puisqu'elle conduit Hazel Kyrk à poursuivre ses études à l'Université de Chicago, où elle obtient son doctorat d'économie en 1920.

Tout au long de sa vie, la question qu'elle pose est la suivante : dans quelle mesure les consommateurs sont-ils libres de leurs choix ?

## « Les consommateurs sont des animaux sociaux »

Dans sa *Théorie de la consommation*, Hazel Kyrk formule une critique audacieuse au concept du libre marché. Afin d'appréhender correctement comment les individus font leurs choix de consommation, nous dit-elle, il faut prendre en compte l'ensemble de leur environnement de décision, et ne pas se limiter à la seule loi de l'offre et de la demande. Selon l'économiste, les avancées en psychologie permettent de montrer que :

« Les consommateurs sont des animaux sociaux, membres de groupes sociaux, au sein d'une organisation sociale complexe. »

Pour ce faire, elle développe une théorie novatrice de la liberté du choix, prenant en compte les facteurs sociologiques, psychologiques et l'influence de la publicité. En l'articulant avec la question du pouvoir d'influence des entreprises, elle pose un regard attentif sur le développement du marketing.

L'une des pistes qu'elle suggère est notamment d'éduquer les consommateurs à reconnaître les mécanismes utilisés par les professionnels du marketing afin « de développer des défenses contre les méthodes indésirables en vogue ».

## Le genre comme élément déterminant

A THEORY  
OF CONSUMPTION

BY  
HAZEL KYRK, Ph.D.



*Théorie de la consommation*, publié en 1923. McMaster University

BOSTON AND NEW YORK  
HOUGHTON MIFFLIN COMPANY  
120 Kilby Street Cambridge

Hazel Kyrk contribue de façon significative au développement du champ de l'économie de la consommation, dont elle est désormais devenue la figure de proue. Elle élabore des enquêtes nationales et d'analyses statistiques de grande ampleur sur la consommation des ménages états-uniens au sein de l'administration fédérale. Ses travaux nous permettent d'appréhender la façon dont le genre apparaît comme un élément déterminant dans la construction de la science économique comme discipline.

Dans les années 1920, la science économique est clairement une affaire d'hommes. Aux États-Unis, des femmes sont diplômées d'un doctorat en économie dès les années 1900. Les thèmes de leurs recherches sont à cette époque, encore très différents de ceux de leurs homologues masculins. Elles sont plutôt encouragées à se diriger vers les questions domestiques, le travail des femmes et des enfants et, bien entendu, la consommation. L'économiste Richard T. Ely souligne en 1936 :

« Ma femme s'était penchée sur l'économie de Patten. Elle sentait qu'elle devait faire sa part pour contribuer à une bonne consommation. »

À la fin du XIX siècle, la science économique s'institutionnalise comme discipline académique à part entière, notamment lors de la création de l'American Economic Association en 1885. Ce mouvement va de pair avec l'exclusion de certains thèmes de recherche, dont fait notamment partie l'étude de la consommation. Il existe l'idée d'une « séparation des sphères » (masculine/publique vs féminine/privée). La consommation (et donc son étude) était alors associée à une image féminine, et jugée peu scientifique ou objective.

## Au-delà de l'économie domestique

### THE Journal of Home Economics

Vol. I. FEBRUARY, 1909 No. 1

#### ANNOUNCEMENT

The American Home Economics Association and the Journal of Home Economics.

The American Home Economics Association was formally organized at a meeting called for that purpose at Washington, D. C., December 31-January 2, 1908-9. Some one hundred and forty-three persons registered as present at one or another session of the conference, and when the delegates met for the informal convention dinner on New Year's night, the list of original members stood at exactly seven hundred. The membership on February 1, was 830.

The Association has for its purpose, according to the constitution, "the improvement of living conditions in the home, the institutional household and the community"; and welcomes to its membership "all who are actively interested in home problems including: "all professionally concerned with this field, as teachers of Domestic Science and Art, Home and Institutional Economics, and allied educational fields, students, investigators, housekeepers, institution managers, social and municipal workers, interested housewives and homemakers; professional workers in allied fields, as educators, physicians, hygienists, sanitary experts, architects, and others; clubs, associations, societies and institutions interested in the work of this Association."

The specific means with which the Association proposes to attain these ends are stated in the constitution which is printed elsewhere in this issue. Most prominent, perhaps, among the agencies for advancement which were mentioned both in the preliminary discussions and correspondence and in the sessions at Washington, was a professional journal to be owned by the Association and published under its direction. The constitution which was adopted contained a clause directing the Executive Committee to publish such a journal. This first number of the

« The Journal of Home Economics », Février 1909, 1(1)

Au tournant du XX siècle, un groupe de femmes progressistes se rassemble et développe autour du « mouvement d'économie domestique » (« *Home Economics Movement* ») qui aboutit en 1909 à la création de l'American Home Economics Association.

Selon elles, le progrès doit passer par l'amélioration, voire la rationalisation, du foyer et des différentes tâches domestiques. En 1920, la majorité des femmes aux États-Unis n'exerce pas d'activité lucrative – c'est le cas pour seulement 22,4 % des femmes entre 25 et 44 ans. À ce titre, la consommation apparaît de façon croissante comme une nouvelle activité dont le périmètre dépend directement des femmes, en tant que gestionnaires des dépenses de consommation.

Comme beaucoup de femmes pourtant diplômées d'un doctorat en économie, Hazel Kyrk est systématiquement rappelée à cet héritage intellectuel duquel elle cherche à se distancer. Pourtant, dans son livre *Economics Problems of the Family* paru en 1933, sa perspective est celle d'une économiste, et non celle d'une économiste domestique. Elle le souligne dans sa lettre à Dorothy Dickens, datée du 29 janvier 1946 :

« Lorsqu'on m'a demandé à moi, économiste de formation, avec tout l'enseignement que j'ai reçu, de rejoindre un département d'économie domestique pour donner des cours en économie, j'ai supposé que c'était "en économie" comme les économistes utilisent le terme. Je ne suis pas compétente pour donner autre chose. »

Cet effet de rappel fut particulièrement visible lorsqu'elle obtint son poste à l'Université de Chicago en 1925•; elle accepte à la seule condition d'être également affiliée au département d'économie. Cette double affiliation ne lui est finalement donnée que cinq ans plus tard, en 1929.

## Consommer devient une identité

Aux États-Unis, le contexte socio-économique au début du XX siècle est caractérisé par trois éléments importants :

la transformation de la place des femmes dans la société ;  
l'émergence du consumérisme moderne ;  
le problème croissant de la vie chère.

Face à cette triple transformation, Hazel Kyrk cherche à proposer une théorie à la fois réaliste (permettant d'expliquer correctement la réalité) et utile au plus grand nombre. Ce faisant, elle cherche explicitement à répondre au problème du coût de la vie chère, à une époque où se développe la consommation des ménages, au détriment de l'autoconsommation – comme la production domestique des biens comme les habits.

Pendant l'entre-deux-guerres, un changement social important se met en place : les ménages (et donc les individus qui les composent) se définissent de plus en plus à travers les biens et les services qu'ils consomment. Consommer n'est plus simplement une tâche, une activité banale, mais devient progressivement un élément structurant de l'identité.

Dans cette perspective, Hazel Kyrk propose une étude approfondie des « standards de vie » afin de comprendre comment évolue la perception que les ménages ont de leur propre position socioéconomique. Son objectif est de déterminer de quelle façon cela impacte leurs décisions de consommation.

Bien consommer n'est pas chose aisée, tant les influences auxquelles le consommateur est confronté sont multiples. Selon Hazel Kyrk, le rôle de l'expert de la consommation doit être de fournir aux consommateurs les outils de son émancipation économique en promouvant les sources de son autonomie :

« L'éducation dont le consommateur a le plus besoin est celle qui le libérera de son conformisme aveugle. Il doit apprendre à consulter ses besoins propres, à former ses propres jugements, à désirer pour lui-même. »

Le champ de recherche inauguré par Hazel Kyrk dans sa *Théorie de la consommation* de 1923 sera suivi de multiples postérités intellectuelles, en particulier à travers plusieurs de ses doctorantes à Chicago. Ce sera notamment le cas de Margaret G. Reid (1896-1991) dont les travaux inspireront directement plusieurs Prix Nobel d'économie comme Franco Modigliani ou Gary Becker .

*Cet article est republié à partir de The Conversation sous licence Creative Commons. Lire l'article original.*

Publié le 24 avril 2026 – Mis à jour le 24 avril 2026

### A lire aussi

À LA  
UNE

THE  
CONVERSATION

Tous les tags