

Gratifications différées

L'anthropologie économique enseigne que la première norme des économies dites primitives est l'obligation de donner. C'est dire l'effort de construction sociale qu'il a fallu pour inculquer le sens de l'épargne aux populations européennes durant les XIX^e et XX^e siècles, lorsque se généralise le travail salarié. Partant de l'idée que les pauvres ne savent pas utiliser l'argent ou le gaspillent de manière improductive, les élites bourgeoises entreprennent alors de moraliser sa thésaurisation. La tirelire est un objet-phare de cette politique, réinventée pour promouvoir de nouvelles habitudes et forger de nouvelles aspirations.

Pour illustrer ce thème, une installation en cinq zones rappelle comment les vertus de l'épargne ont été promues au cours du siècle passé, en ciblant différents groupes, en jouant avec leurs attentes et en les aidant parfois à faire évoluer leur statut social.

Die Belohnung folgt später

Der Wirtschaftsethnologie zufolge ist die erste Norm der sogenannten primitiven Wirtschaftsformen die Pflicht zu geben. Das verdeutlicht, welche gesellschaftliche Anstrengungen notwendig waren, um der Bevölkerung Europas im Zuge der Verbreitung der Lohnarbeit im 19. und 20. Jahrhundert einen Sinn zum Sparen einzuflößen. Ausgehend von der Auffassung, dass die Armen nicht mit Geld umgehen können oder es ohne produktiven Gewinn ausgeben, begannen die bürgerlichen Eliten, das Horten von Geld als moralisch zu preisen. Das Sparschwein ist das Symbol dieser Politik, die erfunden wurde, um neue Gewohnheiten und Ansprüche zu prägen.

Eine Installation mit fünf Zonen erinnert daran, wie die Tugend des Sparens im vergangenen Jahrhundert angepriesen wurde: mit unterschiedlichen Zielgruppen, im Spiel mit ihren Erwartungen und manchmal auch mit Hilfeleistungen, die den Aufstieg aus dem jeweiligen gesellschaftlichen Status ermöglichten.

Deferred gratification

Economic anthropology teaches that the first rule of so-called primitive economies is the obligation to give. Imagine, then, what an effort of social construction was required to inculcate a taste for savings in European populations during the 19th and 20th centuries, when salaried work became widespread. Presuming that the poor misuse or waste their money unproductively, bourgeois elites set about moralizing saving. The piggy bank was a key tool of this policy, reinvented to promote new habits and forge new aspirations.

To illustrate this theme, a five-zone installation recalls how the virtues of savings were promoted over the course of the last century, targeting different groups, and playing on their hopes for improved social status.