



# Raison pratique et information asymétrique : Pour une éthique de la communication dans un monde risquophobe<sup>1</sup>

By/Par | **Yanick Farmer**

Institut d'éthique appliquée de l'Université Laval (Québec, Canada)

## ABSTRACT

In their attempt to morally justify a « good » decision, the main theories in normative ethics ignore inescapable parameters of the decision-making process. Yet an important class of non-cooperative games studies more specifically the role of these parameters in agents' decision-making process. These are games of *asymmetric information* with an *agent-principal* model. In the first part, this article examines the functioning of agent rationality when these parameters are taken into account. The second part emphasizes the ethical issues resulting from that “broader” notion of rationality.

**Keywords:** information, decision making, bounded rationality, ethics, game theory

## RÉSUMÉ

Dans leur tentative de justifier moralement une « bonne » décision, les grandes théories de l'éthique normative ignorent des paramètres incontournables de la prise de décision. Or une classe importante de jeux non-coopératifs étudie plus spécialement les effets de ces paramètres sur la prise de décision des agents. Il s'agit des jeux à *information asymétrique* avec modèle *agent-principal*. Cet article se propose donc, dans la première partie, de voir comment opère la rationalité de l'agent quand on intègre ces paramètres. La deuxième partie soulignera les conséquences qui émanent de cette conception « élargie » de la rationalité sur le plan éthique et politique.

**Mots-clés :** information, prise de décision, rationalité limitée, éthique, théorie des jeux

JEL classification: A12

---

<sup>1</sup> L'auteur aimerait remercier toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de cet article : Messieurs Yvon Gauthier et Hubert Doucet de l'Université de Montréal, pour la lecture de la première version du manuscrit; Messieurs François Laliberté et Serge Godin du département de philosophie de l'ITA de Saint-Hyacinthe, de même que Messieurs Alain Létourneau, Sébastien Charles, Yves Bouchard et André Lacroix de l'Université de Sherbrooke, pour leurs nombreux commentaires clairvoyants; enfin, Monsieur Luc Bégin et l'Institut d'éthique appliquée de l'Université Laval pour le soutien financier.

*Éthique et économique/Ethics and Economics*, 9 (1), 2012  
<http://ethique-economique.net/>

## INTRODUCTION

À la question « Que dois-je faire? », l'éthique normative classique répond généralement par l'élaboration d'une procédure de justification de la « bonne » décision qui s'articule autour de trois grands axes : les *qualités personnelles* de l'agent (ses vertus), l'*impératif* (la règle d'action) auquel il doit obéir et le *bien* qu'il doit viser. Les trois grandes théories de l'éthique normative, à savoir l'éthique de la vertu, le déontologisme et l'utilitarisme se distinguent précisément par l'importance qu'elles accordent à l'un ou l'autre de ces axes.

Cependant, l'épistémologie qui se dessine autour des trois grands axes de l'éthique normative classique laisse dans l'ombre trois paramètres incontournables de la prise de décision :

- a) La rationalité des agents est *interdépendante*. Autrement dit, le raisonnement moral est souvent *stratégique* ou *contextuel* et ne relève qu'occasionnellement d'une anthropologie universelle applicable uniformément à des cas singuliers.
- b) La décision d'un agent se fonde sur la *base informationnelle* dont il dispose, et bien souvent les agents sont *inégaux* de ce point de vue.
- c) Peu importe la qualité du raisonnement qui précède une décision, le contexte et les conséquences de celle-ci sont souvent le résultat du *hasard*, donc d'une distribution statistique d'événements incontrôlables.

Ces remarques nous conduisent dès lors à la question suivante : comment opère la rationalité de l'agent moral si on intègre ces paramètres oubliés par l'éthique normative classique? C'est à cette question que cet article se propose de répondre. Et le lecteur verra que les conséquences – notamment politiques - qui émanent de cette conception « élargie » de la rationalité pratique sont déroutantes voire carrément effrayantes à certains égards.

Pour amorcer une réflexion systématique sur cette question, la théorie des jeux offre un cadre formel idéal. En effet, tout jeu, au sens de la théorie des jeux, est constitué d'ensembles d'agents (les joueurs), d'actions, de conséquences (les paiements) et d'informations que la théorie cherche à modéliser à l'aide d'une variété d'équilibres et de concepts de solution (Rasmusen, 2004 : 46-47). À l'aide d'hypothèses minimales définies par les règles du jeu, le modélisateur qui utilise le formalisme de la théorie en vient à prédire l'issue (ou les issues) probable(s) d'interactions entre agents qui cherchent leur avantage, avec (jeux coopératifs) ou sans (jeux non-coopératifs) l'aide des autres.

Or une classe importante de jeux non-coopératifs étudie plus spécialement les effets de l'interdépendance, de l'information et du hasard sur la prise de décision des agents : il s'agit des jeux à *information asymétrique* avec modèle *agent-principal*. Nous verrons plus loin ce que ces termes signifient. L'intérêt des jeux à information asymétrique est qu'ils réfèrent à une foule de dilemmes pratiques qui se posent couramment dans la vie quotidienne, qu'il s'agisse par exemple de l'achat d'une assurance ou de l'embauche d'un employé par une entreprise. De plus, ils n'ont été que peu étudiés par la littérature spécifiquement éthique et philosophique.<sup>2</sup> La thématique générale de ce texte s'inscrit donc dans l'application du

---

<sup>2</sup> Historiquement, les recherches sur l'éthique et la théorie des jeux se sont d'abord focalisées sur deux aspects : l'analyse fonctionnaliste et les origines contractualistes de l'éthique. Or ceux-ci supposent

paradigme de la « rationalité limitée » (Simon, 1957; Rubinstein, 1998; Kahneman, 2003) au champ de l'éthique appliquée, en insistant plus particulièrement sur l'effet de l'information asymétrique et sa modélisation par la théorie des jeux.

Aux fins de l'analyse proposée dans cet article, l'exemple choisi sera celui de l'achat d'une voiture usagée. Le cadre formel sera celui exposé en 1970 par l'économiste américain George Akerlof, dans un célèbre article qui lui valut, en 2001, d'être récompensé par le prix Nobel d'économie (Akerlof, 1970). Pour la problématique qui nous concerne, la transaction qui a lieu lors de la vente d'une voiture usagée est particulièrement intéressante car elle permet d'observer le processus de décision qui se met en place lorsqu'un agent possède des informations que son vis-à-vis n'a pas.

Dans la première partie de cet article, nous examinerons comment Akerlof décrit les conséquences économiques d'un jeu à information asymétrique.<sup>3</sup> La deuxième partie sera quant à elle consacrée à la mise en évidence des conséquences éthiques et politiques de l'information asymétrique. La troisième partie visera, en conclusion, à ouvrir quelques pistes de solution aux problèmes identifiés dans les deux parties précédentes.

### **LE PROBLÈME DE L'INFORMATION ASYMÉTRIQUE EN ÉCONOMIE : L'EXEMPLE DES VOITURES USAGÉES**

Afin de présenter le problème de l'information asymétrique, Akerlof explique que le marché des voitures usagées est un exemple à la fois simple et concret du genre de problème qu'il veut soulever. Ainsi, pour introduire sa démonstration, Akerlof pose la question suivante : comment peut-on expliquer l'écart de prix important entre une voiture neuve et une autre qu'on vient tout juste d'acheter? Pour Akerlof, l'écart, dans le cas d'une voiture usagée, s'explique d'abord par l'asymétrie qui se crée entre le vendeur et l'acheteur. Lorsqu'une voiture est neuve, elle est présumée bien fonctionner puisqu'elle n'a subi aucune dégradation due à l'usure. Étant donné que celle-ci n'a jamais roulé, le vendeur ne possède, sur elle, aucune information privilégiée. Mais la situation est différente avec la voiture usagée. Dans ce cas, le vendeur détient au sujet de la voiture une information que n'a pas l'acheteur, car l'ayant utilisée, il connaît sa qualité *réelle*. On dit alors que le joueur qui détient *plus* d'informations est l'*agent*, alors que celui qui en a *moins* est le *principal*. De son côté, l'acheteur connaît les prix du marché *dans son ensemble*, mais il lui est impossible de connaître la valeur spécifique d'*une* voiture en particulier. Dans ce contexte, s'il agit de façon purement rationnelle<sup>4</sup>, l'acheteur en est réduit à déterminer à l'aide d'une *probabilité* si le véhicule qu'il souhaite acheter est de bonne ou de mauvaise qualité (*ibid.* : 489-490).

---

des agents rationnels et pleinement informés. Les jeux à information asymétrique font au contraire ressortir la prépondérance des contextes où la rationalité des agents est contaminée par le manque d'information (voir Verbeek et Morris, 2004).

<sup>3</sup> Même si Akerlof lui-même n'était pas à proprement parler un théoricien des jeux, la situation qu'il expose dans son article est devenue un paradigme de la théorie des jeux non-coopératifs (voir Rasmusen, 2004 : 249 et suiv.).

<sup>4</sup> S'il ne tient pas compte, par exemple, de ses impressions personnelles sur la personnalité du vendeur.

La transaction qui se produit à l'échelle de l'acheteur et du vendeur peut alors avoir des effets dramatiques sur tout le marché des voitures usagées. C'est que dans un contexte où, à l'aide des comparables<sup>5</sup>, le marché fixe les prix pour une *catégorie* de voiture, et non pas pour une seule voiture, il sera plus tentant pour les vendeurs de *mauvaises* voitures d'obtenir le prix que le marché attribue à leur catégorie de voiture. Par exemple, si le propriétaire d'une voiture X sait que sa voiture récemment endommagée ne vaut que 8000\$, il lui sera sans doute facile de la maquiller pour la vendre au prix du marché (ou même un peu moins), soit disons 12000\$. Par contre, cette situation sera nettement moins alléchante pour le vendeur honnête et méticuleux qui, lui, sait que sa voiture vaut amplement le prix du marché. En conséquence, nous dit Akerlof, les mauvaises voitures vont chasser progressivement les bonnes voitures, de sorte qu'à la fin, le marché lui-même risque de s'écrouler (*ibid.* : p.490).

#### Démonstration

L'article d'Akerlof comprend une démonstration formelle de l'écroulement du marché des voitures usagées en contexte d'information asymétrique. La version qui suit a été légèrement simplifiée en délestant la démonstration originale de son formalisme mathématique excessif.

- Soit  $q$ , qui est l'indice de qualité de toutes les voitures usagées sur le marché, où  $q$  est distribué uniformément sur un intervalle  $[0,1]$ . La qualité moyenne de chaque voiture, à l'intérieur de cette distribution uniforme, est donc de  $1/2$ .

- Le profit de chacun des joueurs pourra donc être noté comme suit<sup>6</sup> :

a) Profit de l'acheteur = qualité réelle – prix de la voiture

b) Profit du vendeur = prix de la voiture – qualité réelle

- Dans ce marché, un nombre significatif d'acheteurs sont prêts à payer un supplément, appelé *prix de réserve*, pour une voiture de qualité  $q$ . Ce prix de réserve, par convention, sera noté  $p$ , et est égal à  $3/2 q$ . Le prix de réserve indique simplement que certains acheteurs sont prêts à payer un peu plus pour se donner une priorité et avoir exactement ce qu'ils veulent. Il y a aussi évidemment un grand nombre de vendeurs qui sont prêts à vendre leur voiture de qualité  $q$  à un prix équivalent à  $q$ .

- Si la qualité des véhicules était observable, le prix des voitures se situerait entre  $q$  et  $3/2 q$  et les voitures seraient vendues facilement.

- Mais si la qualité des voitures *n'est pas* observable, alors on peut raisonnablement supposer que les acheteurs seront disposés à payer un prix équivalent à la qualité *moyenne* des voitures sur le marché. Ainsi, si l'intervalle de prix de l'ensemble des voitures est  $[2000\$, 6000\$]$  et si (voir plus haut) la qualité moyenne est de  $1/2$ , alors 4000\$ est le prix que voudrait payer l'acheteur pour obtenir une voiture de qualité *inconnue* si *toutes* les voitures se trouvaient sur le marché.

---

<sup>5</sup> Les comparables sont des biens qui présentent des traits de similitude. Pour un vendeur et un acheteur, ils servent à identifier à quel intervalle de prix appartient un bien donné.

<sup>6</sup> Dans cette version du jeu, il est présumé que les acheteurs et les vendeurs ont des goûts identiques, en sorte que l'acheteur évalue la voiture qu'il a acquise de la même manière que le vendeur.

- Cependant, dans les faits, le prix d'équilibre<sup>7</sup>  $p_e$  de ce marché sera *inférieur* à 4000\$. Car à ce prix, à cause de l'ignorance des acheteurs, tous les propriétaires de voitures de valeur inférieure à  $p_e$  vont offrir leur voiture à la vente, alors que ceux qui estiment qu'elle vaut plus que  $p_e$  vont vouloir la retirer. La qualité moyenne des véhicules sur ce nouveau marché va donc faire chuter les prix sous  $p_e$ .

- Cette chute des prix va faire émerger un nouveau prix d'équilibre noté  $p'_e$ . Mais, même à ce prix, le phénomène expliqué précédemment va se répéter et le prix d'équilibre va chuter à nouveau. Ce résultat indique un déséquilibre *structurel* du marché : c'est-à-dire que la demande ne rejoint pas l'offre et aucune transaction ne peut avoir lieu.

- En somme, l'acheteur tend, face à l'inconnu, à une forme de prudence qui fait diminuer l'offre de voitures de qualité supérieure au prix moyen calculé sur un marché comprenant tous les véhicules (pas seulement les moins bons). Au final, puisque l'offre en vient à se concentrer autour de la limite inférieure de l'intervalle de qualité  $[0,1]$ , le marché devient *infinitésimal*, car la distribution du nombre de voitures est uniforme sur cet intervalle. Il n'y a donc plus de marché qui puisse exister.

#### *Quelques observations supplémentaires à partir de la notion de risque*

L'exemple du marché des voitures usagées fourni par Akerlof est particulièrement intéressant du point de vue de l'épistémologie de la décision, car il montre qu'en présence de deux joueurs qui tentent de maximiser leur profit, l'information asymétrique fait naître un problème d'anti-sélection (adverse selection). Dans le vocabulaire de la théorie des jeux, on dira que Nature a choisi le type du vendeur sans que ce coup puisse être observé par l'acheteur. Cette situation augmente ainsi les risques d'un mauvais choix de la part de l'acheteur. Quand ce coup de Nature intervient après le contrat, on parle alors d'aléa moral (moral hazard). Sachant que l'agent (le vendeur) sait des choses que lui-même ne sait pas, le principal (l'acheteur) va hausser son « seuil de décision », au sens où il sera beaucoup moins enclin à payer le prix fort pour obtenir un gain qui reste incertain. La prudence du principal a pour effet de repousser les gens honnêtes et à maintenir dans ce marché une quantité importante de crapules.<sup>8</sup> Au surplus, le modèle de l'information asymétrique fait comprendre que la malhonnêteté finit au fond par nuire à tout le monde. Il devient en effet plus difficile de trouver des terrains d'échange qui sont mutuellement avantageux. En termes éthiques, on pourrait dire que la difficulté pour l'acheteur d'estimer son utilité va l'entraîner à adopter des règles d'action plus conservatrices. Cette aversion « naturelle » d'un décideur en contexte d'incertitude est d'ailleurs démontrée par le paradoxe d'Ellsberg (1961).

Toutefois, même si le modèle d'Akerlof reste canonique, il n'en demeure pas moins qu'il repose sur une simplification du processus de décision qui est à l'œuvre. La question des goûts a déjà été évoquée<sup>9</sup> et d'autres paramètres peuvent être ajoutés pour raffiner le modèle

---

<sup>7</sup> Le prix d'équilibre est celui qui égalise l'offre et la demande. C'est donc celui qui satisfait en même temps les désirs des acheteurs et des vendeurs. Tant que le prix d'équilibre n'est pas atteint, il existe soit une demande, soit une offre excédentaire, ce qui entraîne un déséquilibre du marché.

<sup>8</sup> Certains cœurs éplorés penseront sans doute qu'il en va de même dans le marché de l'amour et de la séduction...

<sup>9</sup> *Supra*, note 5.

(Rasmusen, 2004, p.298-306). Cette simplification permet malgré tout de saisir plus spécifiquement l'impact de l'information asymétrique dans l'ensemble des interactions. Dans le modèle de base, l'acheteur et le vendeur sont dits neutres à l'égard du risque.<sup>10</sup> Normalement, certaines variables comme la richesse de l'acheteur pourraient être prises en compte pour l'évaluation du risque et de l'utilité. En d'autres mots, plus un acheteur est riche, moins il aura peur de payer un certain montant pour faire l'acquisition d'une marchandise, car l'impact d'une perte sur son portefeuille sera minime. Mais que se passe-t-il si l'acheteur est risquophobe? Quand un agent économique est risquophobe, il a tendance à agir en fonction de la maxime populaire « Un tiens vaut mieux que deux tu l'auras ».

On peut illustrer cette maxime à l'aide d'un exemple. On donne à une personne le choix entre deux scénarios, l'un dont l'issue est certaine, l'autre non. Dans le scénario dont l'issue est certaine, la personne reçoit 50\$. Dans le scénario dont l'issue est incertaine, on tire à pile ou face pour décider si la personne recevra 100\$ ou rien du tout. Le paiement espéré dans les deux scénarios est de 50\$<sup>11</sup>, de sorte qu'un individu qui est insensible au risque se souciera peu du scénario pour lequel il optera. Cependant, l'attitude d'un joueur face au risque peut varier. Trois types sont généralement définis :

- *aversion face au risque* : le joueur va choisir un gain certain (50\$ dans l'exemple ci-dessus) plutôt que l'espérance d'un gain supérieur.

- *neutralité face au risque* : le joueur est indifférent face aux deux options.

- *goût du risque* : si on ne lui offre pas une prime (par exemple 60\$ au lieu de 50\$), le joueur va choisir l'espérance d'un gain plus élevé.

Dans le jeu des voitures usagées décrit par Akerlof, la risquophobie de l'acheteur a pour conséquence de faire diminuer le prix des voitures et à créer un marché de voitures de qualité moyenne (*ibid.*, p.306). Même si l'acheteur est disposé à déboursier 6000\$ pour une voiture dont il *sait* que la qualité est de 5000\$ (à cause du prix de réserve, par exemple), il ne sera pas prêt à dépenser autant, s'il est risquophobe, pour une voiture dont la qualité *espérée* est de 5000\$, mais dont la qualité *réelle* peut être de 4000\$ ou de 6000\$. Aux yeux du joueur risquophobe, son utilité (ses gains) progresserait moins en ajoutant 1000 unités de qualité qu'en retranchant 1000\$. Autrement dit, l'utilité marginale<sup>12</sup> que confère à l'acheteur le

---

<sup>10</sup> Techniquement, cela signifie que la fonction d'utilité qui représente cette neutralité est *linéaire* en la monnaie. Dans le cas d'un joueur risquophobe, cette fonction devient *concave* en la monnaie (Rasmusen, 2004 : 536-537). La concavité est la *forme* de la fonction d'utilité qui représente les préférences d'un individu. Contrairement à la fonction linéaire, la fonction concave, à cause de sa forme, indique une variation *non constante* qui traduit une décroissance de l'utilité marginale.

<sup>11</sup> Dans le deuxième scénario, le paiement espéré est égal à  $1/2 (100\$) + 1/2 (0\$) = 50\$$ .

<sup>12</sup> « L'utilité marginale d'un individu mesure, par définition, le gain d'utilité dont il jouirait si on lui attribuait une unité supplémentaire de ce bien » (Arnsperger et Van Parijs, 2003). En général, mais pas toujours, l'utilité marginale suit une courbe *décroissante*. D'après cette loi, la possession d'unités supplémentaires d'un bien accroît la satisfaction totale (l'utilité), mais à chaque unité supplémentaire, cette satisfaction augmente à un rythme de plus en plus lent, sous l'effet d'une espèce de processus de saturation psychologique. Chez le joueur risquophobe, l'utilité marginale est systématiquement décroissante, car il a davantage tendance à se satisfaire de ce qu'il possède déjà.

facteur qualité est *décroissante*. L'attrait d'une qualité espérée supérieure ne suffit pas à lui faire prendre ce risque. D'où la tendance à la baisse des prix et de la qualité moyenne.

En théorie économique, « [l]e signal est un moyen dont dispose un agent pour communiquer son type en cas de sélection adverse [antisélection] » (*ibid.*, 2008 : 362). Le signal est une *information significative* que l'agent transmet au principal afin de combler son déficit informationnel (Spence, 1973). Par exemple, face à un employeur éventuel, un employé potentiel va envoyer une série de signaux, dans son *curriculum vitae* notamment, démontrant ses capacités à occuper l'emploi pour lequel il postule. Cette action vise à réduire l'incertitude de l'employeur face au type de l'employé potentiel. Plus loin, nous verrons cependant qu'en contexte risquophobe, la volonté de l'agent d'impliquer le principal dans un accord peut parfois l'inciter à trafiquer le signal afin de le rendre plus attrayant. Nous examinerons les conséquences éthiques et politiques de ce phénomène.

### **LA RATIONALITÉ PRATIQUE EN CONTEXTE D'INFORMATION ASYMÉTRIQUE**

Le postulat de base sur lequel s'appuiera le reste de cet article est le suivant : le phénomène économique décrit par Akerlof se rapporte au fond à la *rationalité pratique* des agents impliqués et peut donc servir à la modélisation des dilemmes éthiques dans des situations très générales d'information asymétrique. Ainsi, le processus d'inférence mis en œuvre par l'acheteur d'une voiture usagée correspond en fait à l'établissement d'un seuil pour la prise de décision dans un contexte d'incertitude et de risque. Cette forme de calcul qui intègre les aspects objectifs d'une situation en même temps que ses aspects subjectifs (l'intolérance au risque, par exemple) peut être appliquée à une pluralité d'événements de la vie quotidienne, en particulier ceux où deux agents moraux s'engagent l'un envers l'autre par « contrat », c'est-à-dire par accord de volonté en vue d'une prestation de service.

Ce genre de dilemme éthique peut se produire, par exemple, lors de l'adhésion d'un citoyen à un programme politique, à travers une procédure de vote ou par toute autre forme d'engagement volontaire. Le dilemme auquel le citoyen fait face est sans aucun doute éthique, car pour prendre la « bonne » décision, le citoyen va constituer des critères moraux qui justifieront son action. Au moment d'inscrire son vote, le citoyen choisira le parti qui, selon lui, produira le plus de bien dans la société. Dans cet exemple, le politicien est bien sûr l'agent. C'est lui qui cherche à vendre son « produit », et lui seul connaît, en son for intérieur, sa volonté de réaliser ou non ses promesses. Face au politicien, le citoyen est un acheteur (le principal) qui craint de s'engager envers un produit qu'il connaît superficiellement. Le contexte est donc clairement celui d'un jeu à information asymétrique.

Si le citoyen opte pour une procédure de raisonnement pratique empruntée à l'utilitarisme classique, alors la maxime à laquelle il obéira sera probablement la suivante : choisir le programme politique qui, à son avis, procurera le plus grand bien-être pour le plus grand nombre. Cependant, comme nous l'avons vu en introduction, le cadre offert par l'utilitarisme classique ignore certains paramètres essentiels de la prise de décision. Premièrement, l'impératif de maximisation qui est ici énoncé ne tient pas compte de l'action des autres agents. Si par exemple le citoyen doit choisir entre trois partis politiques représentés par les lettres A, B et C. Supposons d'abord que le parti A est ultra-libéral et qu'il refuse l'intervention de l'État pour combattre les inégalités sociales. Supposons ensuite que son

adversaire le plus acharné soit le parti C, qui lui est socialiste et vise à répartir la richesse équitablement à travers des programmes sociaux généreux. Supposons enfin que le parti B est centriste. Si, après son calcul utilitariste, le citoyen évalue que la richesse produite par le parti A ne profitera qu'à quelques-uns, alors que celle produite par le parti C, même si elle est inférieure, profitera à toute la population, alors le citoyen en déduira que le bien-être *global* sera plus élevé avec le parti C. Le problème vient du fait que ce calcul et la règle d'action qui l'accompagne ne tiennent pas compte de l'action des autres, ni de la projection du résultat des actions dans un avenir spatio-temporel plus vaste. Si le citoyen s'aperçoit, grâce à un sondage par exemple, que la lutte se fera plutôt entre les partis A et B, et que son premier choix (C) n'a aucune chance de gagner, alors il souhaitera peut-être « voter stratégique », et faire progresser son utilité en votant pour le parti B. La prise en compte de la probabilité d'élection associée à chacun des partis politiques permet de spécifier le raisonnement pratique et de maximiser l'utilité du choix grâce à l'assimilation du contexte stratégique.

Le calcul proposé par l'utilitarisme classique est trop *statique* et il oublie l'*interdépendance* dynamique des conséquences d'une action. À cet égard, même s'il est clair que l'objectif de Bentham et Mill (Urmsen, 1997) n'était pas de construire des modèles d'aide à la décision tels que l'on en trouve de nos jours en économie ou ailleurs, il reste que cette variable est nettement mieux modélisée par la théorie des jeux, notamment à travers l'*équilibre de Nash*.<sup>13</sup> Dans un environnement où les stratégies sont interdépendantes, la rationalité nashienne condamne bien souvent à des choix sous-optimaux en termes d'utilité (Schmidt, 2001). C'est le cas par exemple dans le célèbre dilemme du prisonnier. Dans ce jeu, deux criminels sont arrêtés et interrogés *séparément*. S'ils avouent tous les deux leur crime, chacun est condamné à huit ans de prison. S'ils nient toute implication, chacun est condamné à un an. Si un seul des deux avoue, il recouvre sa liberté, mais l'autre prisonnier est condamné à 10 ans. Chaque joueur dispose donc de deux actions possibles : avouer ou nier. Selon Nash, pour prédire l'issue d'un jeu, il faut déterminer une stratégie d'*équilibre*.<sup>14</sup> Dans ce cas-ci, il est évident que chacun des joueurs préférerait recouvrer sa liberté ou au pire passer seulement un an derrière les barreaux. Mais puisque chacun ignore ce que l'autre va faire, la stratégie exige d'essayer de *prévoir* la réaction de l'autre et de trouver la meilleure réplique possible. Cette situation d'interdépendance stratégique conduit, dans ce jeu, vers un équilibre à stratégie dominante<sup>15</sup> dans lequel chacun va finalement avouer son crime et passer huit ans en prison. En effet, avouer est une meilleure stratégie que nier si l'autre joueur nie (zéro année de prison au lieu d'une année), et c'est aussi une meilleure stratégie si l'autre joueur avoue (huit années au lieu de dix).

Deuxièmement, comme l'ont souligné de nombreux auteurs, dont Philippa Foot et Bernard Williams (1988), dans l'utilitarisme, les actions sont évaluées surtout d'après les

<sup>13</sup> « Une combinaison de stratégies  $s^*$  est un *équilibre de Nash* si aucun joueur n'est incité à dévier de sa stratégie, étant donné que les autres joueurs ne dévient pas de la leur. » (Rasmusen, 2004 : 63)

<sup>14</sup> Un équilibre est une combinaison de stratégies constituée d'une meilleure stratégie pour chacun des  $n$  joueurs du jeu (Rasmusen, 2004 : 53). L'équilibre résulte du « confort » (absence de regret) que chaque joueur ressent face à sa stratégie, quand il ignore ce que sera en fait la stratégie de l'autre.

<sup>15</sup> « La stratégie  $s_i^*$  est une stratégie dominante si elle constitue la réponse strictement la meilleure d'un joueur à toute stratégie que les autres joueurs pourraient choisir » (Rasmusen, 2004 : 55).

*circonstances actuelles* (state of affairs) qu'elles produisent. Or en latin, *circumstantia*, c'est ce qui « se tient autour ». L'action utilitariste cherche donc à jauger les *événements* dans une espèce de rapport d'extériorité, dans ce qui apparaît : des biens, des sensations ou des comportements. Ces événements émergent causalement à partir d'actions effectuées dans un champ spatio-temporel délimité. La notion de bien-être est ensuite appliquée *uniformément* sur l'ensemble des événements produits par une action, en vue d'un calcul qui doit par la suite déterminer quel choix maximise ce bien-être. Cette opération a pour effet de masquer les visions concurrentes du bien au profit de celle qui sert au calcul. La question que pose au fond cette critique est celle de la tyrannie du bien: le bien que doivent maximiser les agents sous une règle utilitariste fait-il vraiment consensus (Kukathas, 2004)? En outre, il est notoire en éthique et en économie que la procédure de calcul de l'utilitarisme classique se heurte à l'obstacle de la mesure cardinale de l'utilité (l'intensité subjective du bien-être) (Robbins, 1938; Elster et Hylland, 1986). Il est ici inutile de revenir aux détails de cette critique, puisqu'elle est abondamment documentée (Stigler, 1950). Pour les fins de cet article, disons simplement que la mesure cardinale suppose que l'agent évalue le bien-être agrégé à travers une forme d'introspection ou de prospection psychologique, sans vraiment tenir compte de la base informationnelle dont dispose chacun des autres agents touchés par sa décision. Par exemple, j'ai beau croire que la lecture des grands classiques de la littérature mondiale apporte un bien immense à l'âme humaine, il est peu probable qu'on y attache la même importance dans un milieu où sévissent l'extrême pauvreté et l'analphabétisme. La base informationnelle de chaque agent va très nettement teinter sa vision du bien de même que la liste de ses préférences (Sen, 2002).

Cette indifférenciation des agents occulte l'information asymétrique et son impact sur la rationalité pratique. Si l'on calque la structure du processus décisionnel qui sous-tend le jeu des voitures usagées et qu'on tente de l'appliquer par analogie au dilemme éthique du choix politique, les conséquences deviennent troublantes. Pour le comprendre, il faut voir d'abord les tendances fortes qui se manifestent dans le jeu à information asymétrique d'Akerlof. Le premier élément qui ressort de son analyse économique est que face au flou créé par l'ignorance de la valeur réelle d'un objet, les agents sont *incités* à la malhonnêteté plus qu'à l'honnêteté.<sup>16</sup> Le deuxième élément est que l'incertitude tend à rendre le principal plus conservateur dans ses choix. Et troisièmement, puisque chacun veut maximiser son profit, le vendeur honnête va considérer qu'il perd trop à vouloir vendre son produit « à rabais », dans un marché où se pressent les vendeurs malhonnêtes. Alors il choisira de se retirer.

La dynamique du marché des voitures usagées permet ensuite de dégager les tendances isomorphes du choix politique. Si, par analogie, le choix politique est un jeu à information asymétrique, on peut affirmer, premièrement, que le politicien peut être incité à la malhonnêteté par l'ignorance du citoyen. Deuxièmement, face à l'incertitude, il est permis de penser que le citoyen peut être plus conservateur dans ses choix. Et troisièmement, les politiciens honnêtes dont l'offre politique est de qualité supérieure pourraient avoir tendance

---

<sup>16</sup> Cette affirmation reste vraie même si la réputation peut avoir parfois un effet inhibiteur sur l'action malhonnête. Dans bien des cas, l'agent choisira d'être malhonnête parce qu'il estimera que l'occasion de gain que lui procure l'ignorance des autres est de beaucoup supérieure au gain hypothétique que lui apporterait une bonne réputation. Après tout, si la réputation était beaucoup plus forte que la tentation, les prisons seraient vides et notre univers normatif ne serait pas aussi réglementé!

à fuir un marché qui nivelle « par le bas ». À première vue l'analogie peut paraître simpliste, mais dans le fleuve des facteurs qui influencent les choix électoraux, le simple fait pour un citoyen d'avoir l'impression d'être en position d'information asymétrique suffit à lui faire adopter un comportement très similaire à celui de l'acheteur de voitures usagées. Il existe d'innombrables exemples qui illustrent ce phénomène. Au Québec, l'une des représentations les plus connues de ce phénomène se retrouve dans un film célèbre du réalisateur Denys Arcand, intitulé *Le confort et l'indifférence*. À travers les paroles tirées de l'œuvre du penseur florentin Nicolas Machiavel, Arcand y propose une explication des résultats du référendum de 1980 portant sur la souveraineté-association. Pour Arcand, et son *alter ego* Machiavel, l'instauration de nouvelles institutions politiques se heurte au « scepticisme naturel » de l'être humain en face d'un avenir incertain. Dans la séquence d'ouverture du film, Machiavel affirme ainsi que les hommes « ne croient pas volontiers aux nouveautés tant qu'ils ne les ont pas touchées du doigt. » Cette explication sur les causes du résultat référendaire a d'ailleurs fait recette. Plusieurs commentateurs politiques ont estimé par la suite que c'est la peur de l'inconnu et le manque de connaissance des risques – notamment économiques – qui ont conduit à la défaite du camp du « oui » et au maintien du Québec dans la fédération canadienne. Le cas plus contemporain de l'exploitation des gaz de schiste semble s'expliquer par les mêmes déterminismes fondamentaux.

Le résultat de cette analogie n'est pas sans rappeler une certaine forme de désertion qui se manifeste sur la scène politique contemporaine : certains politiciens profitent du conservatisme causé par l'information asymétrique pour offrir des programmes centrés sur la rétention des acquis plutôt que sur le raffinement et l'audace des idées. Cette situation tend à repousser les candidats intègres, qui refusent de négocier à la baisse leurs idéaux, dans un monde qui souvent se satisfait du médiocre acceptable.

Cette tendance au « nivellement par le bas » s'accroît davantage encore si les citoyens vivent dans un environnement risquophobe. Dans un tel environnement, le seuil de décision du citoyen augmente, en sorte que pour le convaincre de s'engager envers une option, le vendeur doit augmenter la quantité d'information (signalisation) qu'il transmet au citoyen pour le convaincre d'adhérer à son produit. S'il ne le fait pas, le citoyen, suivant le second paragraphe de la *Déclaration d'indépendance des États-Unis d'Amérique*, va préférer un malheur supportable à un bien hypothétique. Dans ce contexte, tout réformateur doit démontrer une supériorité évidente, en particulier à travers les moyens de communication qu'il utilisera pour exposer la valeur de son option.

Les dynamiques informationnelles caractérisées par l'asymétrie peuvent également avoir des effets immensément négatifs sur la façon de traiter l'information comme une ressource permettant d'exercer un pouvoir sur les décisions. Dans la mesure où l'intolérance au risque exprimée par l'acheteur oblige le vendeur à valoriser son offre d'information, il peut à l'occasion devenir nécessaire de disposer de ressources matérielles importantes pour traiter et diffuser de l'information (un savoir technique, une technologie de pointe, une équipe de recherche, etc.). Cette exigence risque de creuser l'écart entre ceux qui possèdent ces ressources et ceux qui ne les ont pas. Ce phénomène peut dès lors conduire à la *concentration de l'information*. C'est exactement ce qui se produit dans le monde politique. Les seules idées « visibles » sont celles des partis ou lobbys politiques ayant les moyens de « convaincre » la population en accédant à un espace médiatique (radio, télé, etc.) devenu trop coûteux pour les groupes en émergence qui n'ont pas ces moyens.

Une autre conséquence est un risque de plus en plus élevé de *dorage de l'information* (spinning). La tentation qui pointe ici est celle de vouloir *appauvrir* l'information en cherchant simplement à la rendre plus *efficace* par l'effet qu'elle produit sur l'acheteur (par le sensationnalisme entre autres), en évacuant le souci de rigueur et de concordance avec les faits. Ce phénomène s'explique par le coût que représente une information juste pour le vendeur plus ou moins honnête. Pour susciter l'adhésion d'un acheteur risquophobe, le vendeur doit rehausser son niveau de signalisation afin de réduire l'asymétrie informationnelle. Mais pour un vendeur dont le produit est de faible qualité, dire la vérité peut inciter l'acheteur à rejeter le produit ou, du moins, à lui faire baisser son prix. Si l'on revient au cas de la politique, cela signifie que le politicien qui « vend » une idée ou un programme devra, s'il veut susciter l'adhésion, réduire la « promesse » liée à son idée ou à son programme. Le dorage de l'information permet au contraire de faciliter l'adhésion de l'acheteur à faible coût, puisque l'effort d'accumulation de données probantes en faveur d'une option est beaucoup plus long et coûteux, en capital humain et financier, qu'une simple campagne de marketing.<sup>17</sup> Qui peut prétendre que le monde politique n'a pas *déjà* succombé à cette tentation?

Mais alors, qu'advient-il de l'éthique dans un environnement façonné par une distribution inégale de l'information? Pour préserver la justice dans les échanges agent-principal, l'environnement où règnent la risquophobie et l'information asymétrique doit pouvoir offrir certaines formes de *garanties*, c'est-à-dire certaines formes d'engagement à *couvrir* un risque, à indemniser la personne qui prend ce risque. Pour avoir une valeur et une portée significatives, la garantie doit faire appel à un mécanisme de surveillance neutre, donc *extérieur* aux agents moraux impliqués dans ces échanges. Le plus souvent, ce mécanisme de surveillance est assuré par la loi et le système de justice. En conséquence, par la lourdeur des garanties qu'elle exige, l'intolérance au risque et l'information asymétrique tendent à favoriser le transfert systématique des pouvoirs normatifs relatifs à la gestion des conflits éthiques à des *tiers*. Il s'agit donc, ici, d'une forme de *délocalisation* de la liberté, de la responsabilité et de la confiance minimale qui sont *au fondement* de tout espace éthique qui se crée autour de deux agents. Ce phénomène de délocalisation n'est-il pas d'ailleurs évident dans la dérive de l'éthique vers le droit?

### **COMBATTRE LES EFFETS NÉGATIFS DE L'INFORMATION ASYMÉTRIQUE**

L'effet global de l'information asymétrique est ainsi de mettre à mal l'essence même de l'éthique. À première vue, les effets négatifs de l'information asymétrique semblent n'être qu'une conséquence obligée d'un principe d'action exclusivement basé sur l'utilité. Mais ce phénomène ne ressort ni dans le cadre conceptuel fourni par l'utilitarisme classique, car l'effet de l'information sur le calcul des conséquences n'y est pas thématiqué, ni même dans le déontologisme kantien, car la rationalité pratique de l'agent moral y est surtout théorisée à partir d'une architecture cognitive *a priori* qui caractérise universellement tout être humain dit normal. On suppose que les agents peuvent tous évaluer, de la même manière, la valeur

---

<sup>17</sup> Il ne faut pas oublier ici qu'en baissant la qualité du produit, s'il maintient ses prix, le vendeur va augmenter ses profits.

intrinsèque (son utilité cardinale<sup>18</sup>) d'une option à considérer. Ce faisant, l'utilitarisme classique et le déontologisme kantien décrivent implicitement un monde où chacun des agents possède une partition d'information *pareille* à celle de tous les autres. Ainsi, le principe de maximisation proposé par l'utilitarisme classique ignore l'incertitude que produit l'information asymétrique dans l'évaluation d'un bien, de même que les conflits de rationalité qui surgissent entre deux agents dont les finalités et les motivations sont différentes. De son côté, le formalisme du principe kantien d'universalisation, qui cherche à donner aux actions la même cohérence qu'aux lois de la nature, fait l'impasse sur la base informationnelle nécessaire à une inférence pratique pouvant avoir une portée universelle.

D'une certaine façon, l'injustice qui résulte d'une situation d'information asymétrique entre deux agents est reconnue par John Rawls dans son concept de position originelle<sup>19</sup> nécessitant l'adoption d'un voile d'ignorance. Pour Rawls :

Une raison pour laquelle la position originelle doit s'abstraire des contingences (les circonstances et les caractéristiques particulières des personnes) dans le cadre de la structure de base, tient à ce que les conditions que doit remplir un accord équitable conclu entre des personnes libres et égales sur les principes premiers de justice appropriée à cette structure imposent l'élimination des avantages de négociation qui apparaissent nécessairement au cours du temps, dans n'importe quelle société, sous l'effet de tendances historiques et sociales cumulatives (Rawls, 2004 : 36).

L'impératif contenu dans la notion de position originelle est certainement valable pour atteindre la justice sur des accords de volonté (une constitution, par exemple) qui appartiennent à la sphère politique, mais il semble beaucoup moins réalisable dans le cadre d'échanges privés comme ceux qui ont été évoqués précédemment. On ne peut pas demander aux gens d'ignorer ce qu'ils savent et de ne jamais tirer profit des avantages qui leur sont octroyés par la nature ou le contexte. Par contre, on peut leur faire voir l'*intérêt* qu'ils peuvent trouver à agir noblement sur ce qui forme la base de leurs transactions avec les autres, à savoir l'information. Et au vu des effets éthiques et politiques négatifs causés par un contexte d'information asymétrique, il importe que le cadre normatif qui régit l'échange entre les agents ne s'applique non seulement à la *forme* de leur raisonnement pratique, mais aussi peut-être à la *répartition* de l'information qu'ils s'échangent. Autrement dit, tout effort éthique visant à promouvoir la justice à travers l'égalité morale (ou l'équité) des individus ne peut, dans la sphère des échanges privés, imposer la négation artificielle d'une rationalité fondée sur la maximisation de l'intérêt. Même dans un esprit déontologique, il peut être plus efficace de comprendre que la stabilité et, par conséquent, l'universalité d'une norme reposent en partie sur une forme de raisonnement où l'intérêt d'un agent consiste à prendre en compte l'intérêt de l'autre (Dupuy, 2004; Gauthier, 1986).

---

<sup>18</sup> La valeur cardinale est la *quantité* de bien-être résultant du choix d'une option. Étant donné certains problèmes de mesure qu'elle pose, cette notion est souvent remplacée par celle de valeur ordinale. La valeur ordinale est celle qui résulte d'un *classement*, donc d'un ordre entre des préférences.

<sup>19</sup> « Dans la position originelle, les partenaires ne sont pas autorisés à connaître les positions sociales ou les doctrines englobantes particulières des personnes qu'ils représentent. Ils ne connaissent pas non plus la race, le groupe ethnique, le sexe, ou les dons innés comme la force et l'intelligence de ces personnes (...). On exprime toutes ces limites sur l'information disponible de manière figurée, en disant que les partenaires sont placés derrière un voile d'ignorance. » (Rawls, 2004 : 35).

Le problème de l'information asymétrique en éthique normative nous place devant deux obstacles théoriques à surmonter. D'une part, l'asymétrie ne fait que des perdants. Dans le cas d'une transaction économique, l'utilité du vendeur s'affaïsse à cause des hésitations manifestées par l'acheteur à s'engager dans un contrat où il peine à connaître la valeur *exacte* du bien dont il profitera. Quant à l'acheteur, surtout s'il est risquophobe, il se coupe à long terme de toute croissance possible de son utilité puisqu'il se rabat systématiquement sur les choix les moins risqués, donc ceux qui sont aussi les moins payants. La portée éthique générale de cette situation est assez évidente : l'incertitude et la méfiance rendent difficile tout accord de volonté entre les agents. D'autre part, malgré ses impacts négatifs, la maximisation de l'intérêt demeure un puissant déterminisme de la raison pratique. La règle d'action doit donc équilibrer deux exigences : celle de l'intérêt personnel et celle de l'universalisation (ce qui vaut pour moi dans une circonstance doit valoir pour une autre personne dans la même circonstance).

L'un des moyens de rétablir l'intérêt commun des agents et d'augmenter leur utilité respective est de favoriser l'*autonomie* de l'agent (le principal) placé en position d'infériorité informationnelle. Ce résultat ne peut s'obtenir qu'en éliminant au maximum la barrière de l'ignorance, c'est-à-dire en augmentant le transfert (signal) d'information pertinente de l'agent vers le principal. Je propose de nommer ce principe la *justice informationnelle*.

De ce principe général devrait découler la règle suivante : *tout agent (individuel ou collectif) qui détient de l'information privilégiée sur un bien à propos duquel peut se conclure un accord doit, dans son propre intérêt, favoriser le transfert d'informations significatives sur ce bien, et ce, jusqu'à ce que son vis-à-vis qui ne détient pas cette information privilégiée estime qu'il peut s'engager avec confiance dans un accord qui sert au mieux ses propres intérêts*. La contrainte déontologique qui s'exerce alors sur la distribution d'information entre agents moraux relève donc d'une forme de *réciprocité*. Il est raisonnable de penser que l'éthique de la transparence que promeut l'idée de justice informationnelle peut faire reculer la peur et la méfiance pour ainsi laisser place à une évaluation plus objective des conséquences d'une action. L'équation qui sous-tend cette proposition est en fait assez simple. Par l'échange d'information, la rationalité et la liberté globales des acteurs s'accroissent, ouvrant la possibilité à des accords qui sont mutuellement profitables.

Évidemment, la simplicité de ce principe semble laisser croire que la quantité d'information que détient un agent est plus importante que la qualité. En fait, il n'en est rien. Mais sur quel critère peut-on juger de la qualité d'une information? Sur sa validité scientifique? Mais que faire alors si, comme c'est souvent le cas, les données scientifiques sont contradictoires? Pour contourner ce problème et d'autres encore, il paraît plus sûr d'adopter un point de vue pragmatique fondé sur la notion de *confiance*. Si un agent estime qu'il peut s'engager *avec confiance*, cela signifie qu'il se sent *libre* de le faire, et qu'il le fait dans son *meilleur intérêt*.

Le principe de justice informationnelle et sa règle d'application se retrouvent déjà sous forme implicite en éthique de la recherche et en éthique clinique. Lors d'une intervention sur des sujets humains, le principe de respect de l'autonomie requiert une application rigoureuse de la règle du consentement libre et éclairé. Or, dans les faits, le consentement est un échange d'information du chercheur ou du clinicien vers le sujet ou le patient, en vue de réduire l'incertitude et de faciliter l'engagement de ce dernier. Cet exemple peut s'étendre de diverses façons à une foule d'activités de la vie sociale. Dans la sphère politique, cette vision peut se traduire par une décentralisation de l'énorme pouvoir informationnel et

technocratique de l'État à travers la mise en place de différents mécanismes de démocratie délibérative et participative. Même si elle est simple, cette exigence éthique n'est pas banale. Dans différents domaines, comme la santé publique par exemple, de nombreux auteurs plaident en faveur de processus plus collégiaux d'élaboration des politiques publiques (Abelson et Gauvin, 2004; Avard et al., 2009; Farmer et al., 2010).

Dans la sphère des communications et des médias, qui agit, comme on sait, massivement dans le transfert des informations entre agents, on peut d'ailleurs se demander si l'emprise d'intérêts privés sur une part croissante de la production et de la transmission de l'information ne contribue pas à pérenniser certaines formes d'injustice entre ces agents (Herman et Chomsky, 1988). À l'avenir, il faudra de plus en plus penser l'information comme un bien commun qui demande une réglementation pareille à celle d'autres biens essentiels qui, comme l'eau, l'éducation ou le logement, sont nécessaires au maintien de l'intégrité et de l'égalité morale des agents. Par l'information, les sociétés modernes doivent veiller à ce que soit préservée au maximum la capacité d'agir et de penser des personnes. Si, comme le proclame la *Charte québécoise des droits et libertés de la personne* (Québec, 2009), l'information est un droit, alors il paraît opportun de la soumettre elle aussi à des principes d'équité, de justice et de qualité.

## CONCLUSION

Au fond, l'éthique est un phénomène naturel et très ancien de régulation qui survient lorsqu'un agent subit les effets d'une interaction avec un ou plusieurs autres agents. L'information est le médium de cette interaction. Elle nourrit la confiance d'un agent dans sa capacité d'adopter des mécanismes régulateurs efficaces. Dans un système où l'information est distribuée inégalement, cette confiance s'effrite et laisse place à des replis qui finissent par fissurer l'écosystème dans lequel grandissent les agents. Car même si l'intérêt, la satisfaction des préférences, ou la recherche du plaisir sont des dimensions incontournables de l'agir humain, on ne peut, sans atteindre mortellement le cœur même de l'éthique, se débarrasser de l'obligation de traiter les autres comme des *semblables* ayant eux aussi la volonté de satisfaire librement leurs intérêts. Autrement, la rationalité pratique devient incohérente. Si je reconnais l'autre comme un semblable, je dois par le fait même reconnaître qu'il possède des attributs semblables aux miens. Je dois donc lui reconnaître les mêmes dispositions morales que moi. Dans le cas contraire, mon raisonnement est incohérent de deux manières : ou bien j'estime que l'autre n'est pas mon semblable et je dois alors lui attribuer un statut qui le situe hors de la classe des humains; ou bien je refuse de voir l'autre dans son altérité et alors je le perçois comme le prolongement de ma propre personne.

L'histoire nous enseigne pourtant à satiété que tout agent (individuel ou collectif) qui utilise l'autre comme moyen pour servir ses propres fins se condamne à la longue à l'enfermement dans un processus où sa propre liberté et ses propres intérêts finiront également par se dégrader. L'universalité que commande toute forme de déontologisme cherche justement à prévenir cette forme d'autodestruction qui résulte de normes égoïstes et inconséquentes. La généralisation d'une norme d'action témoigne en fait de son efficacité régulatrice pour un grand nombre d'agents, comme l'universalité d'une loi naturelle explique la force de sa capacité prédictive. Dans un monde où la capacité exponentielle de produire et de mettre en

mémoire l'information menace de créer des oligarchies du savoir, ce sont précisément ces périls que cherchent à prévenir une éthique et une politique qui s'efforcent d'abolir les injustices résultant d'une information asymétrique.

## **RÉFÉRENCES**

- Abelson, Julia et Gauvin, François-Pierre (2004). *Engaging citizens : One route to Health Care Accountability*. Ottawa, Réseaux canadiens de recherche en politiques publiques.
- Akerlof, George (1970). 'The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism', *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3): 488-500.
- Arnsperger, Christian et Van Parijs, Philippe (2003). *Éthique économique et sociale*. Paris : La découverte.
- Avard, Denise, Lucie M. Bucci, Michael M. Burgess, Jane Kaye, Catherine Heeney, Yanick Farmer, Anne Cambon-Thomsen (2009). 'Public Health Genomics and Public Participation: Points to Consider', *Journal of Public Deliberation*, 5(1).
- Bentham, Jeremy (2007). *An Introduction to the Principles of Moral and Legislation*, New York: Dover Publications.
- Dupuy, Jean-Pierre (2004). 'Rationalité', in *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale* (sous la direction de M.Canto-Sperber). Paris : P.U.F. (Quadrige).
- Ellsberg, Daniel (1961). 'Risk, Ambiguity and the Savage Axioms', *The Quarterly Journal of Economics*, 75(4): 643-669.
- Elster, Jon et Hylland, Aanund (dir.) (1986). *Foundations of Social Choice Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Farmer, Yanick, Marie-Eve Bouthillier, Marianne Dion-Labrie, Céline Durand et Hubert Doucet (2010). 'Public Participation in national preparedness and response plans for pandemic influenza: towards an ethical contribution to public health policies', *Journal of Applied Ethics*, 1(1): 9-23.
- Foot, Philippa (1988). 'Utilitarianism and the Virtues'. in *Consequentialism and its Critics* (ed. Samuel Scheffler). New York: Oxford University Press.
- Gauthier, David (1986). *Morals by Agreement*. Oxford : Clarendon Press.
- Gouvernement du Québec (2009). *Charte des droits et libertés de la personne*, article 44 « Droit à l'information ».
- Herman, Edward S. and Chomsky, Noam (1988). *Manufacturing Consent : The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon.
- Kahneman, Daniel (2003). 'A perspective on Judgment and Choice', *American Psychologist*, 58(9): 697-720.
- Kukathas, Chandran (2004). 'Rawls', in *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale* (sous la direction de M.Canto-Sperber). Paris : P.U.F. (Quadrige).
- Rasmusen, Éric (2004). *Jeux et information. Introduction à la théorie des jeux*. Bruxelles : De Boeck.

- Rawls, John (2004). *La justice comme équité*. Montréal: Boréal.
- Robbins, Lionel (1938). 'Interpersonal Comparisons of Utility: a Comment', *The Economic Journal*, 48(192): 635-641.
- Rubinstein, Ariel (1998). *Modeling Bounded Rationality*. Cambridge: MIT Press.
- Schmidt, Christian (2001). *La théorie des jeux. Essai d'interprétation*. Paris : P.U.F.
- Sen, Amartya (2002). *Rationalité et liberté en économie*. Paris : Odile Jacob.
- Simon, Herbert A. (1957). *Models of Man*. New York: Wiley.
- Spence, Michael A. (1973). 'Job Market Signalling', *Quarterly Journal of Economics*, 87, August: 355-374.
- Stigler, George (1950). 'The Development of Utility Theory', *Journal of Political Economy*, 58(5): 373-396.
- Urmson, J.O. (1997). 'The Interpretation of the Moral Philosophy of J.S. Mill', in *Mill's Utilitarianism: Critical Essays* (ed. David Lyons). Boston: Rowman and Littlefield Publishers.
- Verbeek, Bruno et Morris, Christopher (2004). 'Game Theory and Ethics', *Stanford Encyclopedia of Philosophy*.
- Williams, Bernard (1988). 'Consequentialism and Integrity', in *Consequentialism and its Critics* (ed. Samuel Scheffler). New York: Oxford University Press.