

Le choix de gratifications à court ou à long termes

La métaphore de pèlerin

Le Voyage du pèlerin (*The Pilgrim's Progress from This World to That Which Is to Come*) est un roman allégorique de John Bunyan, publié en 1678. C'est un grand classique de la littérature anglaise, traduit en plus de 120 langues. Il raconte le trajet de Christian (nom signifiant *chrétien* en anglais) depuis la "Cité de la destruction" jusqu'à la "Cité céleste" de Sion, à travers toutes sortes de tentations.

Le psychologue Roy Baumeister reprend un épisode de ce récit pour illustrer que la tentation est facile à repousser en imagination quand elle est encore loin et abstraite, alors qu'elle devient de plus en plus forte à mesure qu'elle se rapproche et se concrétise. Dans ce dernier cas, on a tendance à négliger les objectifs à long terme et à ne plus voir que les satisfactions à court terme. Baumeister évoque plus précisément la situation de personnes qui souffrent d'une sérieuse addiction au tabac ou à l'alcool et qui essaient de s'en libérer.

« Imaginez que le pèlerin soit sur la route de la Cité céleste et qu'il en aperçoive les clochers dorés à l'horizon, après avoir maintenu le cap dans cette direction tout au long d'un voyage à travers la campagne. Ce soir-là, il leva les yeux et remarqua un pub un peu plus loin devant lui. Celui-ci était situé à un emplacement stratégique à un tournant de la route, si bien qu'il faisait face aux voyageurs. À cette distance, ce pub avait l'air d'être un petit bâtiment, et le pèlerin ne quittait pas des yeux les clochers plus imposants de la Cité céleste qu'il voyait au loin. Mais, au fur et à mesure qu'il approchait du pub, celui-ci prenait de plus en plus d'ampleur à ses yeux et finit par complètement bloquer sa vue quand il se retrouva devant cet établissement. Les clochers dorés qu'il voyait auparavant à l'horizon avaient disparu et tout à coup la Cité céleste lui sembla presque insignifiante par rapport à cette petite taverne. C'est ainsi que notre bon pèlerin quitta le droit chemin et finit son pèlerinage, ivre mort dans un pub » (p. 273).



[...]

« Notre pèlerin doit comprendre que s'il entre dans ce pub de village pour y prendre un petit verre, cela l'amènera à en commander un deuxième, puis un troisième, et ainsi de suite, si bien qu'il ne parviendra peut-être jamais à atteindre la Cité céleste. Il doit donc se fortifier dans sa résolution avant que la vue d'un pub ne trouble son jugement ».



Baumeister, R.F., & Tierney, John (2011) *Willpower : Rediscovering the Greatest Human Strength*. New York: Penguin Press. Trad., *Le pouvoir de la volonté. La nouvelle science du self-control*. Flammarion. Clé des Champs, 2017, 464 p., (pp. 273, 275).