D'où vient l'autorité des valeurs ?

Louis Quéré

Occasional Paper 33
Paris, Institut Marcel Mauss – CEMS
avril 2016

D'où vient l'autorité des valeurs ?

Louis Quéré

Résumé/Abstract

Cet article continue la discussion de la théorie de la valeur d'André Orléan *(L'empire de la valeur)*, commencée dans un article paru dans *Human Studies* (« Value as a Social Fact »). Il examine un problème particulier – celui de la nature et de l'autorité des valeurs – et tente de lui apporter une réponse différente de celle proposée par Orléan, tout en reprenant des intuitions importantes de ce dernier, concernant notamment le parallèle entre formation des valeurs et religion, la place des émotions et la dynamique collective de soustraction des valeurs au doute.

D'où vient l'autorité des valeurs ?

Louis Quéré

[Texte écrit pour le séminaire « Dynamique de la valeur »
(Laura Centemeri, Johann Michel et Gildas Renou), EHESS, 12 avril 2016.]

Les sociologues et les politiciens sont addicts aux valeurs. Invoquer des valeurs, des systèmes de valeurs ou des sphères de valeurs pour expliquer les comportements est chose courante. Dans leur dictionnaire de sociologie, R. Boudon et F. Bourricaud y voyaient une « démarche paresseuse » et recommandaient de substituer à cette évocation de valeurs une analyse des processus d'évaluation en contexte. À « évaluation », qui sous-entend jugement, j'ajouterai volontiers « valuation », un terme plus large utilisé par J. Dewey pour désigner une dynamique qui précède le jugement de valeur proprement dit, qui est de nature affective-motrice et qui est présente dans toute activité.

Mais un tel ajout ne suffit pas à dissiper la confusion régnante sur ce que sont les valeurs. Je rappelle que pour les uns il s'agit de préférences culturelles collectives (celle pour la liberté et l'égalité dans une démocratie, par exemple), pour d'autres d'idéaux collectifs, pour d'autres encore de biens désirés par tous. Si les valeurs ne sont que des « préférences intersubjectivement partagées » (Habermas), et si les jugements de valeur ne font qu'établir de telles préférences, en pondérant plusieurs critères, alors la question de l'autorité des valeurs ne se pose pas ; l'autorité est remplacée par la simple attraction de biens, dont on pense qu'ils méritent qu'on s'efforce de les atteindre.

Pourtant il faut bien reconnaître qu'il existe quelque chose comme une allégeance aux valeurs qui est autre chose qu'une attraction, qu'elles s'imposent comme des choses légitimes et valant pour tous, et qu'elles suscitent un engagement en leur faveur, engagement qui a une composante affective plus forte que l'attrait. À vrai dire c'est un phénomène qui ne concerne pas seulement les valeurs. Une telle autorité est aussi attribuée aux institutions et aux conventions, aux us et coutumes, aux traditions et aux mœurs, ou encore aux croyances légitimes concernant la vie en société.

Plusieurs questions se posent alors, dont les suivantes : d'où vient cette autorité des institutions, des usages et des habitudes sociales, et de quelle nature est-elle ? Par quel processus proprement social est-elle établie ? L'autorité des valeurs est-elle de l'ordre de la

souveraineté anonyme et diffuse des usages et des pratiques, de l'ordre du pouvoir directif des normes ou est-elle d'un autre ordre ? C'est sans doute dans la tradition durkheimienne que l'on trouve l'explication la plus élaborée, même si elle n'est pas la plus convaincante, de ce phénomène étrange. C'est pourquoi je partirai d'une présentation d'un livre important, qui reprend l'analyse durkheimienne, fortement teintée de spinozisme, de la genèse et de l'autorité des valeurs, celui d'André Orléan, *L'empire de la valeur*.

I. UNE EXPLICATION SPINOZISTE-DURKHEIMIENNE[1]

L'explication proposée par Orléan combine plusieurs théories : celle de Spinoza, celle de Durkheim, celle de René Girard ainsi que celle de l'économie des conventions. Ce que propose Orléan c'est une explication de la genèse de la monnaie comme valeur, mais il considère que son modèle vaut pour toutes les valeurs sociales (cf. le chapitre V : « Un cadre unidisciplinaire pour penser la valeur »). Je m'arrêterai plus particulièrement sur son explication de l'origine de l'autorité des valeurs.

En économiste, Orléan entend élaborer une alternative aux théories qui font de la valeur économique une substance et une grandeur mesurable – en termes de travail, d'utilité ou de rareté – ou qui la considèrent comme « intrinsèque aux marchandises » (Orléan, 2011, p. 185). La valeur marchande « n'est pas dans les objets », répète l'auteur ; elle ne préexiste pas aux échanges, comme l'avait bien vu Georg Simmel dans *Philosophie de l'argent*. Elle est générée, comme médiation, de façon endogène dans et par les interactions marchandes à travers des processus et des mécanismes dont il faut rendre compte.

La critique d'Orléan vise notamment la théorie économique néoclassique. D'une part, celle-ci pose un « individu souverain », maître de ses désirs et de ses décisions, et doté de préférences fixes indépendantes des échanges ; d'autre part, elle ne tient compte ni du rôle de la monnaie, ni du pouvoir des représentations collectives. Selon Orléan, on ne peut pas comprendre la dynamique de la formation de la valeur sur de telles bases.

André Orléan est un théoricien de la monnaie, et c'est donc à travers une théorie de la monnaie qu'il élabore sa théorie de la valeur économique. La monnaie est « l'institution qui fonde la valeur et les échanges » (*ibid.*, p. 13). Pour l'essentiel, la monnaie est un pouvoir,

[1] Cette première partie est la version française de la première partie de mon article dans *Human Studies*, « Value as a Social Fact: An Adverbial Approach » (Quéré, 2015).

plus précisément un pouvoir d'achat. Il s'agit d'un pouvoir garanti par un engagement de la société dans son ensemble, un engagement dont le corrélat est une confiance dans l'organisation sociale. Cet engagement n'est pas de nature contractuelle. La monnaie « est ce par quoi l'individu marchand fait l'expérience de son appartenance à une totalité qui le dépasse et le protège » (*ibid.*, p. 195-196), car c'est en elle que se donne à voir « l'unité objectivée du corps social » (*ibid.*, p. 185). Sur ce point Orléan reprend l'analyse de Simmel.

Polarisation mimétique des désirs, affect commun et puissance de la multitude

La formation de la monnaie comme pouvoir d'achat est le produit de trois facteurs : la polarisation mimétique des désirs, un affect commun et la puissance de la multitude. Orléan généralise le processus à toute valeur :

> La valeur est une puissance qui a pour origine le groupe social, par le biais de la mise en commun des passions et des pensées. (*Ibid.*, p. 199)

Il y a polarisation mimétique des désirs du fait que, faute de savoir ce qu'il veut, chacun règle son désir sur celui des autres : « Chacun désire selon le désir de l'autre. » (*Ibid.*, p. 135.) En se polarisant sur un même objet, les désirs imitatifs génèrent un pouvoir d'attraction de cet objet et un affect commun :

> La polarisation mimétique des désirs individuels sur un même objet (ou une même représentation) dote celui-ci d'une puissance d'attraction d'autant plus grande que sont nombreux les désirs individuels. Il faut alors parler d'une composition mimétique des désirs transformant des affects individuels dispersés en un affect commun polarisé. La monnaie tire son pouvoir d'attraction de cet affect commun qui se trouve investi en elle. (*Ibid.*, p. 196)

Cet affect commun est celui de la multitude, dont la monnaie capte la puissance. Grâce à cette captation, elle est soustraite à la circulation des marchandises ordinaires, mise à distance et dotée de qualités propres suscitant la confiance et la vénération de tous. Elle devient souveraine.

Le premier facteur met donc l'accent sur le rôle de l'imitation dans la formation des désirs et des préférences. Telle est l'hypothèse mimétique, qui distingue deux régimes du désir imitatif. Dans le premier, appelé « médiation externe », le modèle à imiter est externe, et l'imitation est répétitive. Dans le second, appelé « médiation interne », il n'y a plus de repère extérieur fixe ; le modèle à imiter n'est plus dans une position de surplomb et l'imitation est

généralisée. La médiation n'est plus alors définie a priori, mais produite de manière endogène dans les échanges et déterminée dans des relations purement horizontales. Le mimétisme devient stratégique, au sens où « imiter l'autre est une stratégie d'exploration visant à découvrir qui, chez les autres, possède la réponse correcte » (*ibid.*, p. 85). S'agissant du prestige par exemple, c'est la logique mimétique des désirs qui le constitue :

> Le bien prestigieux a une nature purement autoréférentielle […] ; peu importe ce qu'il est réellement, ce qui compte est le fait d'être considéré par tous comme prestigieux et désiré comme tel. (*Ibid.*, p. 135)

De façon plus générale, ce qui est socialement « valué » est le résultat d'une élaboration endogène, autoréférentielle, de l'objet des désirs respectifs de protagonistes qui veulent avoir ce que l'autre désire, ainsi que de la formation d'un affect commun qui s'investit en lui. Orléan contraste l'individu mimétique avec celui de la théorie économique néoclassique : cet individu n'est pas maître absolu de ses désirs, et, dès lors qu'il se règle sur le désir des autres, son autonomie est toute relative. Il est « un être foncièrement social au sens où il est constamment plongé dans les interactions » (*ibid.*, p. 115).

La dynamique mimétique produit plusieurs effets spécifiques. Le premier est qu'elle fait émerger, comme « objets saillants », « ceux propres à être copiés par le plus grand nombre » (*ibid.*, p. 309). Un deuxième effet est d'engendrer une rivalité interindividuelle :

> Plus un objet est désiré par les autres, plus la rivalité à son endroit est forte, plus il est désirable. (*Ibid.*, p. 135)

Ce qui a pour effet paradoxal de « transformer les modèles en obstacles » et d'accroître leur valeur. À l'appui de cette thèse, Orléan cite Simmel, qui notait que « nous appelons précieuses [les choses] qui font obstacle à notre désir de les obtenir » (*ibid.*, p. 136). Un troisième effet est lié à cette rivalité. Celle-ci génère la rareté :

> C'est bien la rivalité qui est première et c'est elle qui est au fondement de la rareté pensée comme rapport social. (*Ibid.*, p. 136)

C'est aussi cette rivalité qui est source d'innovations, qui ont pour but de permettre de se différencier des autres.

L'autorité des valeurs : une affaire de capture d'affects

L'importance accordée à la polarisation mimétique des désirs fait évidemment penser aux *Lois de l'imitation* de Gabriel Tarde. En fait Orléan ne se réfère pas à Tarde, mais à René Girard. Ce qui ne l'empêche pas de faire sien, par ailleurs, une part importante de l'héritage durkheimien, dont le holisme ne fait pas *a priori* bon ménage avec l'individualisme sous-tendant l'analyse de la polarisation mimétique des désirs. À Durkheim Orléan emprunte notamment son explication de la genèse de l'autorité spécifique du social, ainsi que son modèle du fait religieux. Cet emprunt se fait dans un cadre de référence spinoziste, qui permet à notre auteur de composer ce mélange quelque peu inhabituel d'individualisme et de holisme (qui, en un sens, existe déjà chez Durkheim, par exemple dans sa conception de la conscience collective et des émotions collectives).

On sait que, pour Durkheim, la société est porteuse d'une « vie psychique » d'un genre particulier ; c'est cette vie psychique spécifique qui est, pour lui, au fondement des valeurs et de leur autorité morale. Les valeurs sont principalement des forces motrices, étayées sur des forces collectives « réelles et agissantes » ; elles se forment par « exaltation de la vie morale » dans les moments d'effervescence du groupe social, qui modifient « les conditions de l'activité psychique » par un afflux de forces sortant de l'ordinaire (Durkheim, 1912, p. 603). Durkheim lie ainsi la formation des valeurs à des expériences émotionnelles produisant la fusion du collectif, notamment à des expériences religieuses de type extatique, donnant lieu à une « effervescence collective ». Il interprète l'acquisition de leur autorité à l'instar de celle du sacré, c'est-à-dire en termes d'attraction et de respect, voire de crainte, qui sont de nature affective ou émotionnelle (le sacré est mis à part et protégé par des interdictions), et surtout en termes de force impersonnelle et anonyme opérant en elles comme dans les objets sacrés. C'est la « puissance de la multitude » qu'Orléan fait correspondre aux forces collectives *sui generis* placées par Durkheim à l'origine des valeurs.

Orléan prend notamment appui sur l'analyse durkheimienne du totémisme et de l'emblématisme pour expliquer l'autorité acquise par la monnaie, parangon de toute valeur. Le mécanisme est celui de la « capture de l'affect commun » par un objet : une chose, un « intermédiaire matériel », peut non seulement acquérir des propriétés nouvelles du fait que l'affect commun y est investi, mais aussi contribuer à générer le sentiment commun et à le faire perdurer.

Je rappelle que, chez Durkheim, le « principe totémique » est celui qui suscite la crainte révérencielle manifestée à l'égard des choses reconnues comme sacrées : « Le totémisme est la religion […] d'une sorte de force anonyme et impersonnelle », qui se retrouve dans les représentations du totem, dans les animaux ou végétaux dont le clan porte le nom et dans les membres de ce clan, « sans se confondre avec eux » (Durkheim, 1912, p. 269).

Il y a dans ce « principe totémique » une combinaison de forces matérielles et de « puissance morale », de nature mentale :

> Quand on demande à l'indigène pourquoi il observe ses rites, il répond que les ancêtres les ont toujours observés et qu'il doit suivre leur exemple […]. Il se sent moralement obligé de se comporter ainsi ; il a le sentiment qu'il obéit à une sorte d'impératif, qu'il remplit un devoir. Il n'a pas seulement pour les êtres sacrés de la crainte, mais du respect. (*Ibid.*, p. 271)

Pour Durkheim, le respect est le corrélat d'une autorité morale :

> Quand nous obéissons à une personne en raison de l'autorité morale que nous lui reconnaissons, nous suivons ses avis, non parce qu'ils nous semblent sages, mais parce qu'à l'idée que nous nous faisons de cette personne une énergie psychique d'un certain genre est immanente, qui fait plier notre volonté et l'incline dans le sens indiqué. Le respect est l'émotion que nous éprouvons quand nous sentons cette pression intérieure et toute spirituelle se produire en nous. Ce qui nous détermine alors ce ne sont pas les avantages ou les inconvénients de l'attitude qui nous est prescrite ou recommandée ; c'est la façon dont nous nous représentons celui qui nous la recommande ou qui nous la prescrit. (*Ibid.*, p. 296)

On trouve la même idée chez Simmel, lorsque différenciant deux types de confiance, il définit celui qui comporte un élément de foi dans une personne : il s'agit

> […] d'un état d'âme qui ne se situe absolument pas dans la direction du savoir ; c'est, d'un côté, assurément moins, mais, de l'autre, bien davantage que ce savoir. Selon une excellente tournure, pleine de profondeur, on « croit en quelqu'un » – sans ajouter ou même sans penser clairement ce que l'on croit en vérité à son sujet. […] Le moi s'abandonne en toute sécurité, sans résistance, à la représentation [qu'il a de l'autre, représentation] se développant à partir de raisons invocables, qui cependant ne la constituent pas. (Simmel, 1987, p. 197)

Durkheim étend son explication psychologique à tout ce qui, dans la vie sociale, suscite le respect : ce n'est pas une affaire de coercition matérielle, mais d'« énergie mentale », « d'efficacité qui lui vient uniquement de ses propriétés psychiques » (*ibid.*, p. 298). Voici en quels termes, eux aussi psychologiques, il décrivait l'autorité des institutions, au sens large du mot :

> Les manières d'agir auxquelles la société est assez fortement attachée *pour les imposer* à ses membres se trouvent, par cela même, marquées du signe distinctif qui provoque le respect. Parce qu'elles sont *élaborées en commun*, la vivacité avec laquelle elles sont pensées par chaque esprit particulier retentit dans tous les autres et réciproquement. Les représentations qui les expriment en chacun de nous ont donc une intensité à laquelle des états de conscience purement privés ne sauraient atteindre : car *elles sont fortes des innombrables représentations individuelles qui ont servi à former chacune d'elles.* (Durkheim, 1912, p. 297 ; c'est moi qui souligne)

Bref c'est une force collective, de nature mentale – qui ressemble fort à la « puissance de la multitude » de Spinoza –, qui confère leur autorité aux institutions, une autorité adossée à la fois au pouvoir d'imposition de la société, et à une élaboration commune par une composition polarisée d'innombrables représentations individuelles. Cette autorité a un élément commun – outre le respect – avec l'autorité morale d'une personne : les représentations dont elle procède comportent une « énergie psychique » qui fait plier la volonté, qu'il s'agisse de représentations individuelles ou de représentations collectives. Je partage tout à fait le diagnostic de B. Karsenti sur Durkheim : son objectivisme sociologique est fondé sur un subjectivisme psychologique (Karsenti, 2005).

Derrière l'emprunt que fait Orléan à la théorie de la religion de Durkheim on trouve en fait l'explication par Spinoza de la formation de l'autorité institutionnelle et du pouvoir politique. Les trois facteurs qui, selon Orléan, génèrent la valeur économique – la polarisation mimétique des désirs, la puissance de la multitude et l'affect commun –, sont, comme il le reconnaît, des concepts spinozistes, et reprennent l'analyse par Spinoza de l'engendrement de la souveraineté. Soit l'affect commun : il résulte d'une transformation des affects ou passions individuels par la polarisation mimétique des désirs sur un même objet. De quels affects s'agit-il ? On a l'impression qu'il s'agit essentiellement de l'amour des richesses, de la vénération de l'argent, de l'attraction collectivement éprouvée pour la monnaie qui nourrit l'effort pour la détenir. Cependant, chez Spinoza, les notions d'affect commun et de puissance de la multitude, comme sources sociales de la valeur et de son autorité, ont une autre teneur.

Comme l'explique F. Lordon, sur qui Orléan s'appuie, l'affect de Spinoza ne se réduit pas aux sentiments ou émotions éprouvés ; il met en jeu la polarité subir/agir et son support corporel. L'affect est l'effet produit par l'exposition aux choses et aux événements extérieurs, qui ont un pouvoir d'impressionner les individus ; cet effet est éprouvé par le corps qui réagit en fonction de sa puissance d'agir (Lordon, 2010).

Dans cette perspective, l'autorité d'une institution, d'une norme ou d'une valeur (d'un souverain ou d'un pouvoir politique) est pour l'essentiel une affaire de capacité d'affecter et de faire réagir identiquement tous les membres d'un groupe. Cette capacité n'est pas à la portée d'un individu ; elle requiert la puissance de la multitude. Celle-ci est le résultat

> […] d'une certaine composition polarisée des puissances individuelles telle que surpassant, par la composition même, toutes les puissances dont elle est constituée, elle est un pouvoir d'affecter tous. (Lordon, 2010, cité par Orléan, p. 196-97)

La puissance de la multitude est ainsi le pouvoir de produire un affect commun, c'est-à-dire un affect que tous éprouvent. La vie sociale est, selon le mot de F. Lordon, une « vie sous l'affect commun ». La condition de l'efficacité de cet affect est qu'il reste méconnu de ceux qui l'engendrent, et que demeure opaque le mécanisme de sa « capture » par l'institution ou le pouvoir politique.

L'autorité sociale d'une valeur ou d'une institution n'a donc pas une source extérieure transcendante : elle est générée de l'intérieur du corps social lui-même par son auto-affection, par le fait que ses membres « s'entre-affectent inter-individuellement et collectivement » (Lordon, 2010, p. 4). Plus précisément, elle a pour source la captation de la « puissance de la multitude » pour la retourner contre elle-même.

À la question de savoir comment les hommes s'affectent entre eux, la philosophie spinoziste répond : par le mécanisme de « l'émulation "sympathique" », c'est-à-dire de l'imitation affective. C'est ce mécanisme qui génère une polarisation non intentionnelle des passions, et qui fait que les affects individuels se composent en un affect commun :

> S'imitant les uns les autres à propos des choses qui doivent être jugées bonnes ou mauvaises, les individus finissent par converger vers une définition unanimement agréée du licite et de l'illicite, sorte de genèse des mœurs préalable à la captation souveraine qui se pose ensuite comme conservateur de la norme, et formalisera la polarité axiologique de l'approuvé et du désapprouvé en polarité juridique du légal et de l'illégal. (*Ibid.*, p. 7)

C'est précisément cette explication de l'engendrement de l'autorité sociale qu'Orléan applique à la monnaie, à sa reconnaissance sociale comme représentante de la richesse, et plus largement aux valeurs et aux institutions. À cet égard, il partage tout à fait le point de vue de F. Lordon (un point qui, on l'a vu, concorde avec celui de Durkheim) :

> Il est possible […] de dire que la *potentia multitudinis* constitue le principe fondamental de tout « s'imposer socialement », de tout « faire autorité », c'est-à-dire le principe de toute efficacité institutionnelle. (*Ibid.*, p. 8)

On comprend ainsi comment les thèmes de la puissance de la multitude, de l'affect commun et de la capture de l'une et de l'autre par le souverain, ont pu rendre pertinente pour Orléan l'analyse durkheimienne du fait religieux. Il réélabore en partie ces thèmes dans les termes de Durkheim : la fusion du collectif qui génère « l'individualité psychique d'un genre nouveau » (Durkheim) qu'est la société correspond à la puissance de la multitude ; l'autorité sociale, qui s'impose par l'impression sur les esprits, est le produit de « puissantes forces affectives » (Orléan, 2011, p. 204) ; pour émerger, s'objectiver et perdurer, l'affect commun a besoin d'intermédiaires matériels, qui deviennent sacrés, etc. À propos de ces derniers Durkheim notait qu'ils produisent les sentiments collectifs et en assurent la durabilité :

> Les représentations collectives supposent que des consciences agissent et réagissent les unes sur les autres ; elles résultent de ces actions et réactions qui, elles-mêmes, ne sont possibles que grâce à des intermédiaires matériels. (Durkheim, 1912, p. 330)

Orléan applique à la monnaie le schéma spinoziste de l'engendrement social de la souveraineté. Dans l'économie marchande, la monnaie, le bien liquide par excellence, est souveraine : c'est elle

> […] qui règle l'accès aux marchandises profanes. Pour cette raison on peut la dire souveraine dans l'ordre marchand. […] La monnaie est souveraine dans l'ordre marchand par le fait qu'elle tient les sujets sous son empire, en tant qu'elle est l'autorité première par la grâce de la puissance de la multitude investie en elle. (Orléan, 2011, p. 212-3)

C'est l'opérativité de la puissance de la multitude et de l'affect commun qui justifie, pour Orléan, le lien partiel qu'il établit entre la religion et la monnaie :

> Religion et monnaie sont l'expression d'une même réalité, l'affect commun, ils sont aptes à se convertir l'un en l'autre, dans les deux sens. (*Ibid.*, p. 218)[2]

À la base de la souveraineté de la monnaie il y a donc un phénomène conjoint de reconnaissance et de méconnaissance sociales. La reconnaissance est à la base de la liquidité :

> Un objet est rendu liquide par le fait qu'un groupe le reconnaît comme constituant une expression légitime de la valeur. Chaque membre de ce groupe l'accepte dans l'échange en tant que « pouvoir d'achat », ou moyen de règlement, pour autant qu'il anticipe qu'il sera accepté par les autres sur ces mêmes bases. En ce sens, la liquidité ne renvoie pas à une substance mais à une croyance conventionnelle. Un tel lien ne peut se fonder que sur la base d'une solide confiance collective. (*Ibid.,* p. 307)

[…] ou d'une confiance dans le comportement collectif. En effet, la valeur de l'objet liquide détenu par un individu « dépend du comportement des autres détenteurs » (*ibid.,* p. 310), comme l'avait bien vu Simmel dans son analyse de la confiance dans la monnaie. Quant à la méconnaissance, elle est indispensable à la capture de la puissance de la multitude et de l'affect commun par le souverain (chez Durkheim aussi, les participants à une effervescence collective, dans l'accomplissement d'un rite par exemple, n'interprètent pas la force anonyme qui les meut comme celle de leur propre collectivité).

La nature conventionnelle des standards d'évaluation

Maintenant, comment parvient-on à des estimations concordantes d'un objet ou d'un bien ? Et comment se forment les standards d'évaluation ? Pour répondre à ces questions, Orléan avance une explication en termes de production endogène de croyances conventionnelles par des interactions autoréférentielles. Il élabore son modèle non plus à propos de la monnaie, mais à propos de la coordination des spéculateurs sur un marché financier. Comment ceux-ci se mettent-ils d'accord sur l'estimation d'un actif, alors qu'il n'y a pas de référent objectif extérieur au marché ? Donc comment se forme une référence commune que tous adoptent comme base d'inférence et d'action ?

Pour répondre à ce genre de question, Orléan évoque le modèle du concours de beauté imaginé par Keynes dans sa *Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la mo*nnaie (*ibid.,* p. 279 sq.). Dans ce concours, les participants ont à choisir six visages parmi une centaine de

[2] Durkheim lui-même avait déjà considéré la valeur économique comme un pouvoir et suggéré qu'elle avait un rapport avec la valeur religieuse (Durkheim, 1912, p. 598, note 2).

photographies, le gagnant étant celui qui aura choisi les six visages les plus plébiscités par l'ensemble des concurrents :

> Chaque concurrent doit donc choisir non les visages qu'il juge lui-même les plus jolis, mais ceux qu'il estime les plus propres à obtenir le suffrage des autres concurrents, lesquels examinent tous le problème sous le même angle. (Keynes, cité par Orléan, 2011, p. 280)

Contrairement à une situation où les six plus jolis visages seraient choisis par un jury, dans l'exemple de Keynes ce sont les choix des participants eux-mêmes qui déterminent la référence commune : plutôt que de rechercher une valeur intrinsèque ou une valeur objective s'imposant à tous, ou de choisir en fonction de ses seules préférences personnelles, chacun anticipe les estimations et les choix des autres, et cherche « à découvrir l'idée que l'opinion moyenne se fera à l'avance de son propre jugement » (Keynes). La référence commune est ainsi le produit des interactions entre individus dans « un cadre autoréférentiel » (*ibid.,* p. 280) et elle résulte d'une concordance d'hypothèses :

> Lorsque tous les membres du groupe font l'hypothèse qu'une certaine décision est la bonne, alors elle le devient *ipso facto* par l'effet du choix de tous. (*Ibid.,* p. 284)

Ce choix repose, selon l'auteur, sur une croyance supposée commune dans un groupe :

> Il s'agit de faire émerger une option qui puisse recueillir l'adhésion de tous les joueurs, ce qui suppose de prendre appui sur ce qui leur est commun ; ou plutôt sur ce qu'ils croient leur être commun. (*Ibid.,* p. 288)

En d'autres termes il s'agit de prévoir l'opinion majoritaire. Dans ce processus, le groupe se réfléchit lui-même :

> Le collectif s'extériorise sous la forme d'une référence que chacun reconnaît comme légitime. (*Ibid.,* p. 289)

C'est une telle référence commune qu'Orléan appelle « croyance conventionnelle » : il s'agit d'une croyance collective « qui n'est la croyance de personne » (*ibid.,* p. 290), car elle est autre chose que la somme des croyances ou opinions individuelles ; comme la conscience collective de Durkheim, elle résulte d'une synthèse *sui generis* de ces croyances ou opinions. Elle a pour propriété d'être autonome, et aussi de s'imposer « aux esprits individuels à la manière d'une force qui les dépasse » *(ibid.)*. Finalement, quoiqu'étant le produit d'un croisement d'anticipations de nature cognitive, son fondement reste l'affect commun :

> La saillance des conventions, par quoi se trouve désigné le fait qu'elles s'imposent aux esprits individuels à la manière d'une force qui les dépasse, est une manifestation de l'affect commun dont elles sont porteuses. (*Ibid.,* p. 289-90)

La création collective de conventions et de croyances conventionnelles est ainsi un des domaines où se manifestent le pouvoir de l'affect commun et la « puissance de la multitude ».

C'est ce genre de croyance collective qui établit « conventionnellement la valeur de ce qui est élu, ce par quoi cette valeur est mise provisoirement hors de portée des acteurs » (*ibid.,* p. 309). C'est aussi par ce mécanisme que la monnaie devient la référence unique pour fixer les valeurs économiques. Cette mise en surplomb d'une référence commune et cette reconnaissance sociale de la valeur dans un groupe limitent alors la nécessité de l'imitation. Il suffit désormais de se conformer aux conventions :

> Le mimétisme demeure, mais il est désormais focalisé sur un même modèle commun de sociabilité et de valeur, institué en surplomb des interactions. *(Id.)*

Orléan appuie sa démonstration sur les travaux de Schelling *(The strategy of conflict)* et sur des acquis plus récents de l'économie expérimentale.

Orléan précise que ce qu'il présente n'est qu'une « genèse conceptuelle » des valeurs et de leur autorité, c'est-à-dire une expérience de pensée qui laisse de côté toute préoccupation pour la genèse historique (*Ibid.,* p. 156-7), ou une hypothèse logique qui ne tient pas compte des multiples médiations au travers desquelles se développe concrètement le processus. C'est une distinction importante dont il faut tenir le plus grand compte. Il n'en demeure pas moins que les principaux présupposés de cette expérience de pensée demandent à être interrogés : l'antécédence de l'individu et des interactions interindividuelles par rapport à la vie sociale ; le fait de dériver les médiations sociales de la capacité de subir et d'agir de l'individu, de sa propension à être impressionné et à imiter affectivement les autres, et de son activité psychique ; le rôle de l'imitation ; la méconnaissance comme condition de l'efficacité du mécanisme de constitution de l'autorité institutionnelle ; l'explication de l'autorité des conventions, etc. C'est à la discussion de ces présupposés que je vais maintenant m'atteler.

II. LES VALEURS COMME IDÉAUX

L'analyse que conduit Orléan des présupposés et des limites de la valeur-substance est très convaincante, de même qu'est attrayante l'alternative conventionnaliste qu'il élabore, et puissante l'explication de la genèse endogène de la valeur comme médiation de l'échange. La perspective adoptée est à recommander à tous ceux qui, en sciences sociales, s'intéressent non seulement à la formation des valeurs, mais aussi à la genèse sociale des médiations cognitives et normatives des interactions sociales.

Néanmoins la prétention à la généralité qu'il élève pour son explication ne me paraît pas fondée, car sa théorie, même si elle est plus sociologique qu'économique, est fondamentalement conçue pour rendre compte des échanges marchands. C'est ce qui fait que la gamme complexe des « valuations » et évaluations qui ont lieu dans la vie sociale est d'emblée calquée sur les processus d'estimation des biens en vue d'un échange. Son concept de valeur est de ce fait plus étroit que celui des sociologues, qui incluent habituellement les idéaux dans les valeurs ; or on ne voit pas comment on pourrait appliquer aux idéaux la « genèse conceptuelle » conçue pour la monnaie.

Par ailleurs, il y a un certain paradoxe à faire de la monnaie le parangon de la valeur, s'il est vrai, comme l'a soutenu Jürgen Habermas dans le sillage de Talcott Parsons et Niklas Luhmann, que la monnaie est un medium régulateur de nature systémique, totalement hétérogène par rapport à la sphère des valeurs ; bien qu'il soit institutionnalisé par le droit, il « commande des rapports sociaux dégagés de toute norme et de toute valeur » (Habermas, 1987, p. 198).

Mais, d'un autre côté, on ne peut qu'approuver le point de vue adopté par Orléan dans la « genèse conceptuelle » qu'il propose : d'une part, il ancre la genèse des valeurs, comme repères collectifs, dans un processus dynamique d'interactions collectives ; d'autre part, son modèle comporte tous les ingrédients nécessaires à la compréhension de l'autorité des valeurs : la formation sociale du désirable, les affects, les interactions réelles d'individus se référant à des repères collectifs virtuels, la confiance, etc. Mais on peut définir ces ingrédients et les composer ensemble autrement qu'il ne le fait.

Idéaux et valeurs

Je doute d'abord que le mécanisme de la polarisation mimétique des désirs vaille pour les idéaux. Durkheim lui-même identifiait les valeurs aux idéaux. Pour lui en effet les valeurs sont essentiellement des fins idéales, mais c'est un aspect qu'Orléan passe sous silence, et pour cause ! – la valeur marchande a peu à voir avec l'idéal. De plus, si l'application du « principe totémique » à la genèse du statut transcendant de la monnaie est tout à fait éclairante, elle s'avère plus problématique s'agissant des idéaux, qui manquent des « intermédiaires matériels » impliqués dans ce principe.

Pour Durkheim, ce qui émerge dans les expériences collectives d'effervescence créatrice, où la vie collective « atteint un certain degré d'intensité », ce sont des idéaux, qui opèrent comme forces de liaison et de motivation dans la vie sociale. La formation d'idéaux est, dit-il, « une caractéristique essentielle des religions » (Durkheim, 1912, p. 602). Elle a lieu dans des moments extraordinaires d'exaltation de la vie morale où la société prend conscience d'elle-même et entretient le sentiment qu'elle a d'elle-même. Tout comme le sacré, l'idéal est « un produit naturel de la vie sociale » (*ibid.*, p. 603). L'idéal et le sacré relèvent en effet de la même définition, car, comme le sacré, un idéal est rajouté au réel et mis à part : il « substitue au monde de la réalité un monde différent où [l'homme] se transporte par la pensée » (*ibid.*, p. 602). La création d'idéaux est vitale pour une société, car l'idéal est son expression. Surajouté au monde réel, l'idéal permet de s'élever au-dessus de l'expérience ordinaire et de concevoir un monde différent :

> Une société ne peut ni se créer ni se recréer sans […] créer de l'idéal. Cette création n'est pas pour elle une sorte d'acte surérogatoire, par lequel elle se compléterait, une fois formée ; c'est l'acte par lequel elle se fait et se refait périodiquement. *(Id.)*

Pour Durkheim, l'autorité des idéaux provient pour une grande part de leur sacralisation, qui les met « en dehors et au-dessus de tous les intérêts temporels » (Durkheim, 1898, p. 265) et suscite crainte et respect à leur égard, ainsi qu'amour et attirance (parce qu'ils idéalisent et dépeignent une vie nouvelle).

L'individu ou la personne humaine représente une telle valeur dans les sociétés modernes : la dignité de l'individu est devenue la « religion de l'humanité », et l'individu est devenu l'objet d'un culte dont il est « à la fois l'objet et l'agent ». Voici en quels termes

Durkheim présentait cette religion dans un article de 1898 (« L'individualisme et les intellectuels ») :

> Cette personne humaine, dont la définition est comme la pierre de touche d'après laquelle le bien se doit distinguer du mal, est considérée comme sacrée, au sens rituel du mot pour ainsi dire. Elle a quelque chose de cette majesté transcendante que les Églises de tous les temps prêtent à leurs Dieux ; on la conçoit comme investie de cette propriété mystérieuse qui fait le vide autour des choses saintes, qui les soustrait aux contacts vulgaires et les retire de la circulation commune. Et c'est précisément de là que vient le respect dont elle est l'objet. Quiconque attente à une vie d'homme, à la liberté d'un homme, à l'honneur d'un homme, nous inspire un sentiment d'horreur, de tout point analogue à celui qu'éprouve le croyant qui voit profaner son idole. Une telle morale n'est donc pas simplement une discipline hygiénique ou une sage économie de l'existence ; c'est une religion dont l'homme est, à la fois, le fidèle et le Dieu. (Durkheim, 1970, p. 264-5)

Et Durkheim d'expliquer comment l'homme est devenu un dieu pour l'homme, et la religion de l'humanité la religion d'aujourd'hui. Cette nouvelle religion a tous les attributs classiques de la religion : la personne humaine est la seule chose à laquelle peut « désormais se prendre la sensibilité collective » (*ibid.*, p. 271) et assurer « la communion des esprits » :

> Dès qu'une fin est poursuivie par tout un peuple, elle acquiert, par suite de cette adhésion unanime, une sorte de suprématie morale qui l'élève bien au-dessus des fins privées et lui donne ainsi un caractère religieux. D'un autre côté, il est évident qu'une société ne peut être cohérente s'il n'existe entre ses membres une certaine communauté intellectuelle et morale. (*Ibid.*, p. 270-1)

On retrouve bien ici les arguments spinozistes de la « puissance de la multitude » (« l'adhésion unanime » de tout un peuple), et de la captation de l'affect commun (l'investissement de la « sensibilité collective »).

Hans Joas a récemment consacré un livre à cette sacralisation de la personne et à la généalogie des droits de l'homme. La genèse des valeurs est, dit-il, un processus contingent, et « nos valeurs sont des individualités historiques » (Joas, 2013, p. 3). Ce qu'il faut surtout expliquer c'est comment émergent nos engagements en faveur de valeurs *(value-commitments)*, c'est-à-dire comment se forme « ce à quoi nous tenons ». Ces engagements, qui sont personnels et ont une composante affective, ne sont pas suscités par une justification purement rationnelle ou par un processus de persuasion discursive. Par ailleurs, les valeurs ne peuvent orienter les conduites que si elles sont maintenues par des institutions et incorporées

dans des pratiques (*ibid.*, p. 135). Joas ne se rallie pas pour autant à l'explication durkheimienne de la sacralisation de la personne humaine dans des moments extraordinaires d'exaltation de la vie morale :

> Notre engagement en faveur de valeurs et notre conception de ce qui a de la valeur émergent de nos expériences et de la manière dont nous les traitons ; c'est pourquoi ils sont contingents plutôt que nécessaires. (*Ibid.*, p. 3)

S'agissant de cette sacralisation de la personne humaine, Joas en propose une généalogie qui met l'accent sur les transformations culturelles qui l'ont provoquée. Ce qu'il décrit c'est une évolution de la sensibilité morale qui a fait que l'on en est venu à vouloir absolument protéger la vie humaine. Cette évolution Joas la discerne dans l'histoire de la justice pénale à partir du XVIIIe siècle – et notamment dans l'abolition de la torture et des supplices corporels – ainsi que dans la transformation historique de la hiérarchie des crimes – le meurtre y a ainsi pris la place du sacrilège, de l'hérésie et du blasphème. Une telle transformation témoigne d'une sacralisation de la vie humaine, qui rend problématiques les exécutions, la torture et les supplices. Elle plonge ses racines dans le christianisme. Mais elle procède aussi de certaines expériences, notamment celles de la violence, qui ont eu un caractère traumatisant. En un sens, selon Joas, ce sont de telles expériences qui ont donné naissance à l'universalisation de certaines valeurs, par exemple celles qui figurent dans la Déclaration des Droits de l'Homme des Nations Unies.

À la différence de Durkheim, Joas ne considère pas la sacralisation de la personne humaine comme un phénomène de même nature que la religion. Néanmoins elle a quelque chose à voir avec le religieux. C'est ce dont témoignent les spécificités de la communication portant sur les valeurs. Ici Joas s'oppose à Habermas, qui conteste qu'il puisse y avoir des valeurs universalistes, dès lors que seules les normes sont susceptibles d'être fondées rationnellement et universalisées. Une des caractéristiques des engagements en faveur des valeurs est en effet qu'ils ont une composante affective. C'est ce qui fait que nous avons des valeurs autrement que nous avons des opinions ou des croyances ; ce n'est pas sur la base d'une reconnaissance de leur validité cognitive que nous y adhérons. Leur pouvoir de conviction n'est pas celui de la persuasion discursive par des arguments. Par conséquent la communication au sujet de valeurs ne peut pas se réduire à un échange d'arguments rationnels. Joas rappelle en outre qu'on ne peut pas discuter de valeurs de « façon

atomistique », comme s'il s'agissait d'opinions discrètes, autonomes ; elles forment des groupes ou des grappes où elles sont entremêlées.

La conviction morale source des *« value-commitments »*

C'est un point de vue que l'on trouvait déjà chez John Dewey, notamment dans son essai sur le religieux, intitulé *Une foi commune*. Pour Dewey, le religieux connote une attitude pratique, qui se concrétise par le choix d'un mode de vie sur la base d'une allégeance à des idéaux :

> Je devrais définir la foi religieuse comme l'unification du soi par l'allégeance à des fins idéales inclusives, que l'imagination nous présente et auxquelles réagit la volonté humaine en les considérant comme dignes de présider à nos désirs et à nos choix. (Dewey, 2011a, p. 24)

Cette allégeance a bien une composante affective, mais elle est essentiellement une orientation pratique, imposant des exigences et impliquant de s'efforcer de se changer soi-même et de changer le monde par des pratiques. Elle relève de la conviction morale, qui est d'une autre nature que l'assentiment intellectuel à des croyances ou à des arguments :

> Avoir une conviction au sens moral signifie être conquis, vaincu, par une finalité idéale, et ce, dans notre nature active. Cela signifie reconnaître cette finalité dans sa demande légitime à exercer son primat sur nos désirs et nos buts. Une telle reconnaissance est pratique et non pas principalement intellectuelle. […] L'autorité d'un idéal qui s'impose à nos choix et à notre conduite est l'autorité d'un idéal : ce n'est ni l'autorité d'un fait, ni l'autorité d'une vérité garantie à l'intellect, ni l'autorité qui découlerait du statut de celui qui proclame une soi-disant vérité. (*Ibid.*, p. 106 ; cf. aussi Arendt, 1972, p. 123 : « S'il faut définir l'autorité, alors ce doit être en l'opposant à la fois à la contrainte par force et à la persuasion par arguments. »)

Les attitudes constitutives du religieux n'ont donc rien d'extraordinaire ni d'irrationnel ; elles appartiennent à la dynamique de l'expérience naturelle des humains, à savoir à celle de la formation et de l'unification, par l'imagination créatrice, de valeurs, de fins idéales ou d'idéaux moraux dotés d'autorité. Ces valeurs, fins ou idéaux sont extraits des associations humaines : il s'agit des valeurs dont on fait concrètement l'expérience dans les relations familiales, dans les relations de voisinage et de travail, dans l'exercice de la citoyenneté, dans la pratique des arts ou dans la science. Mais on a constamment voulu adosser leur autorité à celle d'un être surnaturel ou à des forces invisibles. On a hypostasié les qualités idéales projetées et unifiées par l'imagination dans une existence extérieure et

antécédente. Mais les idéaux n'ont pas besoin d'une telle sacralisation ; ils n'ont pas besoin d'un autre support que les pratiques, les habitudes et les significations qui les animent :

> J'ai essayé de montrer que l'idéal s'enracine dans les conditions naturelles et émerge lorsque l'imagination idéalise l'existence en saisissant les possibilités offertes à la pensée et à l'action. Il est des valeurs, il y a du bien, qui sont effectivement réalisés sur une base naturelle : le bien des associations humaines, de l'art et de la connaissance. L'imagination idéalisatrice se saisit des choses les plus précieuses qu'elle trouve dans les moments privilégiés de l'existence et les projette. Nous n'avons pas besoin de critères extérieurs pour garantir leur teneur en bien. On les a, elles existent comme bonnes, et à partir d'elles, nous forgeons nos fins idéales. (*Ibid.*, p. 137-8)

Et ce n'est pas parce qu'ils sont produits par l'imagination que les idéaux sont faits de « matériaux imaginaires » :

> Ils sont en dur, de la matière dont est fait le monde de l'expérience dans ses aspects physiques et sociaux. (*Ibid.*, p. 139)

Ces idéaux servent d'étalons de mesure, de standards d'évaluation et d'outils de critique :

> Ils fournissent les significations à partir desquelles la vie est jugée, estimée et critiquée. (Dewey, 2012, p. 193)

Il en est ainsi parce qu'ils génèrent « un sens des possibilités » qui fait découvrir des aspects négatifs de la réalité :

> Un sens des possibilités qui ne sont pas réalisées, mais qui pourraient l'être, et qui, lorsqu'elles sont mises en contraste avec les conditions réelles, sont la « critique » la plus pénétrante qui puisse être faire de ces dernières ; c'est par un sens des possibilités s'offrant à nous que nous prenons conscience des constrictions qui nous enserrent et des poids qui nous oppressent. (Dewey, 2005, p. 396)

Dewey précise cependant que toute foi morale dans des finalités idéales n'est pas pour autant religieuse. Il faut que cette foi produise, grâce à l'émotion, une unification du *self* et son harmonisation avec l'univers :

> Le religieux n'est « la moralité touchée par l'émotion » que lorsque les fins de la conviction morale suscitent des émotions non seulement intenses mais aussi déclenchées et soutenues par des fins si inclusives qu'elles unifient le soi. Le caractère inclusif de cette fin en

> rapport avec le soi et l'« univers » – auquel est lié un soi inclusif – est indispensable. (*Ibid.*, p. 108)

En un sens Dewey rejoint Durkheim dans sa définition des valeurs en termes d'idéaux, dotés d'une forme spécifique d'autorité, de nature morale. Mais comme, avec Mead, il rejette l'idée que la société serait un être psychique particulier « d'un genre nouveau » (Durkheim) – la société n'est pas mentale ; l'esprit, l'imagination, la conscience ne sont pas le lieu de la société, martèle Mead –, comme il se refuse à relier d'emblée la religion au surnaturel (d'où une autre conception du sacré, en référence à la nature propre de la conviction morale), et qu'il récuse l'explication de l'organisation de la vie sociale par des forces collectives *sui generis*, il peut être plus économe et plus empiriste que Durkheim dans l'analyse de la genèse sociale des valeurs : celles-ci correspondent aux projections de l'imagination idéalisatrice ; à l'origine de l'allégeance qu'elles suscitent il y a non pas la capture de l'affect commun généré par l'imitation affective, mais d'un côté l'attachement implicite, par conviction morale, à des idéaux, de l'autre les émotions partagées suscitées par l'exploration, dans l'art, dans la communication et dans l'enquête, de possibilités réelles non encore réalisées. Cependant ce ne sont pas les émotions qui sont la source des valeurs et de leur autorité : ce sont l'imagination et l'ancrage dans la vie réelle des possibilités que l'imagination découvre et projette (cf. Joas, 2000). Ce sont les fins de la conviction morale qui suscitent des émotions, et non l'inverse.

Si le désirable – après tout, les valeurs sont essentiellement des « conceptions du désirable », comme le disait Parsons, reprenant une définition de l'anthropologue américain Clyde Kluckhohn (Parsons, 1968) – n'est pas le résultat d'une polarisation mimétique des désirs (idée qui fait du désirable le résultat de la simple coagulation du désiré de fait par l'imitation), d'où vient-il ? Il surgit d'enquêtes situées. Cette réponse de Dewey à la question posée repose sur une différenciation des désirs :

> Le « désirable », ou l'objet qui *devrait* être désiré (« valué »), ne descend ni d'un ciel *a priori*, ni d'un Mont Sinaï de la morale. Il vient de ce que l'expérience passée a montré qu'agir en toute hâte, en suivant sans examen son désir, conduisait à l'échec et potentiellement à la catastrophe. Le « désirable », en tant qu'il se distingue du « désiré », ne désigne donc pas une chose en général ni *a priori*. Il met en exergue la différence entre l'action et les conséquences d'impulsions irréfléchies et celles de désirs et d'intérêts qui procèdent d'une recherche sur les conditions et les conséquences. […] À mesure que les êtres humains gagnent en maturité et perdent cette disposition infantile à « céder à » la moindre impulsion dès qu'elle apparaît, s'impose à eux la distinction entre le « c'est » d'un désir émergeant spontanément, et

> le « ce devrait être » d'un désir élaboré par une prise en compte des conditions réelles. (Dewey, 2011b, p. 116)

Cela ressemble fort aux « évaluations fortes » de Charles Taylor – une personne est capable d'examiner ses désirs spontanés et de les évaluer, c'est-à-dire de déterminer s'ils méritent d'être maintenus ou abandonnés, et, éventuellement, de les transformer en conséquence. Une telle auto-évaluation requiert évidemment des standards objectifs. Ceux-ci sont nécessaires pour faire des distinctions entre les désirs et les buts qui méritent d'être poursuivis et ceux qui ne le méritent pas : les évaluations fortes

> […] impliquent des distinctions entre le bien et le mal, entre le meilleur et le pire, entre le supérieur et l'inférieur, dont la validité ne repose pas sur nos propres désirs, inclinations ou choix, mais qui, au contraire, demeurent indépendants de ceux-ci et proposent des normes en fonction desquelles on peut les juger. (Taylor, 1998, p. 16-7)

Imagination créatrice et imagination instituante

Je ne suis pas sûr cependant que l'invocation de l'imagination, de l'enquête et de la communication suffise à rendre compte de l'émergence des repères collectifs que sont les valeurs, et que la conviction morale, ainsi que l'engagement personnel en faveur d'idéaux qui la sous-tend, soient seuls, ou principalement, à l'origine de l'autorité des valeurs. Ce serait, me semble-t-il, faire preuve d'une certaine naïveté sociologique que de s'en tenir à cette explication. Chez Dewey l'institutionnalisation des valeurs est plus ou moins conçue comme une réification et comme une annexion par des pouvoirs et des intérêts. L'institution des valeurs est mise à la charge du « public », aux enquêtes duquel tout un chacun est appelé à participer. C'est la meilleure garantie pour que les valeurs évoluent et soient ajustées au changement social.

Joas suggère qu'il y a chez Dewey l'équivalent de l'« imagination instituante » de Cornelius Castoriadis, une imagination portée par un collectif anonyme (Joas, 2000, p. 210). Le public serait ce collectif anonyme. J'ai quelques doutes sur la validité de ce rapprochement. Le collectif anonyme de Castoriadis n'est pas une communauté d'enquêteurs. Il est le porteur de l'imagination qui génère les significations sociales, qui font autorité en tant qu'anonymes. Ces significations sont instituées :

> C'est cette institution des significations […] qui, pour chaque société, pose ce qui est et ce qui n'est pas, ce qui vaut et ce qui ne vaut pas, et comment est ou n'est pas, vaut ou ne vaut pas, ce qui doit être ou valoir. (Castoriadis, 1975, p. 532)

Chacun participe à ce collectif, à la fois en reproduisant, en renouvelant et en transformant, de manière différenciée, les usages innombrables constitutifs d'une culture.

Il faut ajouter la clause suivante : « chacun » en tant qu'il est inséré dans une vie sociale réglée et en tant qu'il est lui-même façonné par les significations sociales instituées. Cette clause est importante. Elle permet de faire une distinction entre une simple multitude et une collectivité dotée d'une identité collective. La différence entre les deux est que la seconde est dotée d'une « forme de composition » de la pluralité. Par exemple, ce qui fait une « communauté de citoyens » « c'est la manière dont ces derniers sont placés ou disposés les uns à l'égard des autres par la *politeia* de la cité », c'est-à-dire par sa « constitution » (Descombes, 2013, p. 205). Vincent Descombes reprend ici la différence établie par Aristote entre une collectivité qui constitue une *polis* et une collectivité qui n'est qu'une simple peuplade. La *politeia* inclut, outre les lois constitutionnelles, les habitudes collectives et l'ensemble des institutions sociales, c'est-à-dire l'ensemble des pratiques, des manières établies de faire, de dire et de penser, ainsi que des significations instituées, que le groupe juge précieuses et dignes d'être entretenues et transmises.

III. UNE RÉPONSE PLURIELLE

Il me faut maintenant esquisser une réponse d'ensemble à la question posée : d'où les valeurs tirent-elles leur autorité ? Cette réponse ne peut pas être unique, au moins pour les deux raisons suivantes. Le terme « valeur » recouvre des choses différentes, qu'il convient de distinguer le mieux possible. Appelons cela la pluralité sémantique du terme « valeur ». La seconde raison est qu'il y a plusieurs formes d'autorité, et celle des valeurs participe sans doute de ces différentes formes. Après avoir évoqué ces deux points, je proposerai une description de la dynamique collective qui supporte l'autorité des valeurs.

La pluralité sémantique du terme « valeur »

Le terme « valeur » est un nom abstrait qui s'applique à des choses très différentes, impliquant des actes différents, quoiqu'avec une « ressemblance de famille » : chérir,

apprécier, estimer, évaluer, mesurer, juger, etc. Ces actes s'appuient sur des impulsions, des réactions instinctives (de gêne, de dégoût, de contentement ou de mécontentement, d'approbation ou de désapprobation…), des dispositions, des habitudes acquises par l'éducation, des expériences passées ; et aussi sur des critères, eux-mêmes hétérogènes – les standards, les conventions ou les étalons de mesure ne sont pas de la même nature que les idéaux, que les croyances légitimes fournies par les « imaginaires sociaux » ou que les « certitudes objectives » décrites par Wittgenstein dans *De la certitude*. C'est la première raison pour laquelle il ne peut pas y avoir de réponse unique à la question de l'autorité des valeurs.

Cette pluralité sémantique du terme « valeur » n'avait pas échappé à Simmel, lorsqu'il a analysé la valeur de l'argent. Il explique en effet qu'il y a dans la monnaie au moins deux valeurs différentes :

> La valeur d'une somme d'argent donnée est égale à la valeur de chaque objet particulier dont elle constitue l'équivalent, plus la valeur de la liberté de choix offerte entre un nombre indéterminé d'objets pareils. (Simmel, 1987, p. 247)

Simmel y adjoint même une troisième valeur, qui tient à la possibilité de l'emploi illimité de l'argent. Il s'agit très clairement de valeurs de nature différente. La première valeur tient au statut de l'argent comme outil d'échange d'objets grâce à la convertibilité généralisée qu'il permet :

> Toute la diversité des marchandises est convertible en une seule valeur, l'argent, tandis que l'argent, lui, est convertible en toute la diversité des marchandises. (*Ibid.,* p. 247)

L'argent est donc d'abord un maître-étalon servant à établir la valeur économique de différents biens en vue de l'échange. Mais pour Simmel, l'argent n'*est* pas seulement une valeur économique ; il *a* aussi de la valeur, en un tout autre sens : il est estimé, apprécié, chéri, désiré, etc. pour ce qu'il permet de faire. Ainsi Simmel évoque-t-il un « supplément de valeur de l'argent », qui consiste dans le fait qu'il est prisé en tant qu'outil d'échange :

> Un outil prendra d'autant plus de sens et de valeur – *ceteris paribus* – qu'il peut éventuellement servir à un plus grand nombre de buts et que sa réalité s'ouvre à un plus large cercle de possibilités […]. [L'argent] n'ayant pas de rapport avec le moindre but particulier, il en trouve un avec la totalité des buts. L'argent est donc l'outil comportant le maximum de valeur qui peut s'acquérir ainsi. La simple possibilité d'usage illimité qu'il a en lui ou plutôt qu'il est en soi – à cause de son manque absolu de contenu propre – a sa traduction positive en

> ceci qu'il ne connaît pas le repos et pousse sans cesse à son emploi, quasi spontanément. (*Ibid.*, p. 246-7)

Simmel parle à ce propos d'une « valeur substance » de l'argent, qui se mesure au fait qu'il sera accepté partout et en tout temps comme medium d'échange. Cette possibilité d'emploi illimité qu'offre l'argent est donc une source de la valeur qui lui est attribuée – mais cette valeur est en quelque sorte limitée par le fait que « les promesses contenues dans l'argent » pourraient finalement ne pas être remplies :

> Le possesseur d'argent ne peut contraindre quiconque à lui livrer quoi que ce soit pour de l'argent. (*Ibid.*, p. 198)

Il est une autre source de la valeur de l'argent : c'est la liberté de choix qu'il offre « en tant que moyen abstrait ». Cette liberté de choix concerne d'abord les objets ou les marchandises disponibles : comme le choix est dicté par un intérêt présentement existant, « l'argent sera forcément estimé, à tout moment donné, égal en valeur à l'intérêt majeur ressenti comme tel provisoirement » (*ibid.*, p. 248). Cette liberté de choix concerne ensuite les moments auxquels l'argent peut être utilisé :

> La plus ou moins grande liberté de choisir l'instant [de l'usage d'un bien] constitue un coefficient qui peut considérablement accroître ou diminuer l'estimation du bien en question, relativement à l'importance de son contenu. *(Id.)*

Par ailleurs, la valeur sociale de l'argent ne provient pas de sa sacralisation, bien qu'il soit mis, par abstraction, à partir des échanges réels, « au-dessus de tous les produits particuliers » (*ibid.*, p. 194). Elle provient plutôt de la confiance sur laquelle repose sa valeur en tant que medium d'échange :

> De même que, sans la confiance des hommes les uns envers les autres, la société tout entière se disloquerait […], de même, sans la confiance, la circulation monétaire s'effondrerait. (*Ibid.*, p. 197)

Pour Simmel cette confiance est double. Il y a d'abord la confiance accordée au pouvoir émetteur et garant de la monnaie – l'argent est bien un medium institutionnalisé. Il y a ensuite une confiance dans l'organisation sociale, sous la forme d'une

> […] confiance dans l'aptitude de la sphère économique à nous remplacer, sans dommage, le *quantum* de valeur que nous avons abandonné en échange de cette valeur intérimaire, la pièce de monnaie. (*Ibid.*, p. 196)

Si la confiance est nécessaire c'est parce qu'il y a une incertitude de la réalisation de l'argent : « Sa valeur repose sur la confiance qu'a la partie prenante de recevoir contre cet instrument d'échange une certaine quantité de marchandises » (*ibid.*, p. 197), car rien ne peut contraindre le possesseur d'une marchandise à l'échanger contre une somme d'argent. Cette confiance est étayée sur un fond sociologique, à savoir « une obligation pour la société dans son ensemble » (*ibid.*, p. 195) de « nous garantir les contre-valeurs concrètes des marques symboliques pour lesquelles nous avons cédé les produits de notre travail » (*ibid.*, p. 197-8) :

> Lorsque le troc est remplacé par l'achat monétaire, il intervient entre les deux parties une tierce instance : l'ensemble du corps social qui pour cet argent met à disposition une valeur réelle correspondante. […] L'acquittement de toute obligation particulière au moyen d'argent signifie précisément que désormais la communauté dans son ensemble va assumer cet engagement vis-à-vis de l'ayant droit. (*Ibid.*, p. 195)

La confiance entre donc en jeu dans l'établissement de la valeur de l'argent – aux différents sens du terme « valeur ». C'est une observation de Simmel qui a toute son importance car elle nous met sur la voie d'une meilleure compréhension de la nature de l'autorité des valeurs, comme nous allons le voir.

Le mirage des noms abstraits

Wittgenstein s'est souvent penché sur l'activité de mesure et sur le rôle de contrôle qu'y jouent les étalons, les standards ou les échantillons (de couleur, par exemple). Ceux-ci font partie de notre système de représentation, et ils sont des moyens indispensables de description, de jugement et de communication. Mais lorsqu'on les utilise on ne les décrit pas :

> Par exemple, en mesurant une table avec un mètre, une personne ne décrit pas du tout le mètre. […] Utiliser un mètre comme échantillon standard n'est pas le caractériser comme ayant réellement un mètre de long, mais l'incorporer à la méthode de représentation. (Baker & Hacker, cité in Bouveresse, 2006, p. 58)

Par ailleurs, l'usage d'un étalon de mesure requiert la maîtrise d'une technique ou d'un savoir-faire, de même qu'une coutume ou une pratique instituée.

Les standards peuvent être considérés indépendamment de leur fonction dans une activité de mesure. Il en va ainsi, par exemple, pour le nuancier Mansell utilisé par les archéologues pour différencier les couleurs du sol qu'ils explorent. Il comporte de nombreux

échantillons de couleur. En un sens, ces échantillons ne sont jamais que du papier imprimé en couleur et on peut dire un certain nombre de choses sur leurs différences et leurs similitudes. Mais lorsqu'ils sont rapprochés des couleurs du sol que l'archéologue veut déterminer, ils ont valeur d'étalons de mesure. Il nous faut ainsi des valeurs-standards pour pouvoir identifier les choses, les différencier, faire des comparaisons, etc. (cf. Schulte, 1992, p. 142-3).

Si elles sont incontestablement des standards ou des étalons pour évaluer, juger, comparer, etc., les valeurs n'ont cependant pas le même mode d'objectivité ou d'opération que les instruments conventionnels de mesure, les paradigmes ou les échantillons. Elles opèrent en premier lieu à travers les émotions, qui sont une forme incarnée et spontanée de « valuation » et d'évaluation. Les émotions sont les « sondes » ou les « révélateurs » de nos valeurs, pour reprendre des termes de Pierre Livet (2002). Ce qui ne veut pas dire qu'elles en sont la source, ou que nous ne pouvons avoir accès aux valeurs qu'à travers nos émotions.

Wittgenstein notait que l'on a tendance à sublimer les valeurs-standards, à les désirer dans leur forme pure, débarrassée de leur matérialité. Mais c'est une illusion, car c'est grâce à leur matérialité que les étalons sont des moyens de mesure et de représentation :

> Il ne peut y avoir de longueur sans un corps – et même si je comprends que, dans un sens déterminé, il n'y a que la longueur de la règle qui mesure, ce que je mets dans ma poche n'en reste pas moins la règle, le corps, et n'est pas la longueur. (Wittgenstein cité in Bouveresse, 2006, p. 63)

Dans ses *Remarques sur le rameau d'or de Frazer*, Wittgenstein note pareillement, au sujet de la beauté :

> « Rien n'est aussi mort que la mort ; rien n'est aussi beau que la beauté elle-même. » L'image sous laquelle on se représente ici la réalité consiste à penser que la beauté, la mort, etc. sont les substances pures (concentrées), alors qu'elles sont présentes comme ingrédient dans un objet beau. (in *Ibid.*, p. 64)

On pourrait dire que ce que suggère ici Wittgenstein, c'est de considérer « valeur » comme un « terme adjectival ». C'est précisément ce que recommandait Dewey avant lui.

On a en effet tendance à penser qu'il existe quelque chose comme « la » valeur, et que celle-ci a une essence ou représente une catégorie spéciale de choses. Comme l'expliquait Wittgenstein, on est toujours tenté de placer des entités fantomatiques derrière les mots de notre langage, en particulier derrière les noms abstraits, la valeur en étant un. Ce qu'il y a

derrière les noms et les concepts, ce ne sont pas des essences, mais, pour utiliser le vocabulaire de William James, « des pulsations concrètes de l'expérience ».

Les valeurs sont souvent elles-mêmes désignées par des noms abstraits : par exemple vérité, démocratie, égalité, liberté, solidarité, dignité de la personne, etc. On peut considérer à juste titre que de tels concepts ont introduit dans la vie de nouvelles valeurs et de nouvelles motivations, de nouveaux intérêts et de nouvelles incitations, de nouveaux sentiments de pouvoir et d'admiration. De quel type d'accomplissement s'agit-il là ? Voici la réponse de William James :

> Aussi loin que porte leur fonction de création de valeur, il semblerait […] que les concepts soient eux-mêmes plus directement reliés à notre vie active qu'à notre vie théorique […]. Les gens qui possèdent certains concepts sont animés d'une certaine manière, ils poursuivent leur propre chemin vital différemment. Il ne s'ensuit pas nécessairement qu'ils comprennent plus intimement les autres chemins vitaux. (James, 2007, p. 224)

James note cependant que « l'abstraction *per se* semble avoir une touche d'idéalité » et susciter une vénération que ne suscitent pas les réalisations concrètes des idées abstraites, qui apparaissent comme des parents très pauvres comparées à elle :

> La véritable valeur en espèces *(cash-value)* de l'idée semble ne s'attacher qu'à son statut abstrait. La vérité en général, comme Royce le soutient, […] semble être tout à fait autre chose que les particuliers vrais auxquels il est bon de croire. Sa valeur transcende tous ces « expédients » ; elle est quelque chose pour lequel on doit vivre, expédient ou non. La Vérité avec un grand V est une « question d'une importance capitale » ; les vérités de détail ne sont que de « pauvres bribes », de simples « miettes de succès ». (*Ibid.*, p. 224)

Bref, les idées abstraites suscitent une véritable vénération. Mais cette vénération n'est pas encore une attribution d'autorité.

Une manière d'éviter cette vénération des idées abstraites est de substituer des adjectifs et des adverbes aux substantifs. C'est une recommandation souvent faite par Dewey, dont la démarche se veut déflationniste :

> On peut prédire de façon plausible que si on nous interdisait pendant toute une génération d'utiliser les mots « esprit », « matière », « conscience » comme noms et qu'on nous obligeait à employer des adjectifs et des adverbes, « conscient » et « consciemment », « mental » et « mentalement », « matériellement » et « physiquement », un grand nombre de nos problèmes en serait considérablement simplifié. (Dewey, 2012, p. 97, trad.mod.)

Une telle recommandation vaut en particulier pour l'analyse des valeurs :

> « Valeur » est un nom adjectival, désignant ce qui est un trait, une propriété ou une qualification d'une chose – au sens large de chose. Il est semblable, disons, à des mots tels que bon, beau, excellent. […] Quand « valeur » est utilisé pour désigner une classe ou une catégorie spéciale de choses, il l'est en tant que nom abstrait. Si le langage nous avait offert un nom abstrait spécifique (tel que *goodness* en lien avec *good*), disons *valuity* or *valueness*, on aurait évité bon nombre de discussions ambiguës conduisant à des conclusions incohérentes. (Dewey, 1949)

En complément de cette « adjectivation » du mot « valeur », Dewey recommandait une approche adverbiale de la « valuation », c'est-à-dire une approche en termes de modalités pratiques de qualification des choses dans des situations d'action : la qualification-en-valeur s'incarne dans des attitudes et des comportements manifestant concrètement l'existence et la teneur de la « valuation ».

Dewey étend sa stratégie déflationniste à tout ce qui peut paraître ultime, suprême, absolu. Par exemple, il n'y a pas de bien en soi, mais des « biens d'une situation » découverts, lorsqu'il y a un conflit à résoudre entre des orientations ou des choix, par une enquête sur des conditions et des conséquences :

> Personne ne vit dans un monde dans lequel il trouve que tout est parfait à tout moment. S'il comprend la signification de ce fait, il a appris à être sensible à des possibilités. Le *mieux* potentiel sera alors considéré comme le bien – et le seul bien – de n'importe quelle situation […] (Dewey, 1939, p. 72)

Concernant les valeurs soi-disant ultimes, il faut tout simplement, soutient Dewey, s'en tenir au sens temporel de ce terme :

> Quelque chose peut être ultime en ce sens qu'il vient en dernier dans une série temporelle, de telle sorte qu'il est ultime pour cette série. Il y a des choses qui viennent en dernier dans les « valuations » réflexives, et elles sont ultimes en tant que terminales. […] Pour moi la méthode de l'action intelligente est précisément une valeur ultime. Elle est la dernière chose, la chose finale ou dernière à laquelle nous arrivons dans une enquête sur l'enquête. Mais c'est la place qu'elle occupe dans la manifestation temporelle de l'enquête qui en fait une telle valeur, et non pas une propriété qu'elle possède en soi et par elle-même dans l'isolement de ce qui n'est pas mis en relation. Elle est ultime dans l'usage et la fonction ; elle

> ne prétend pas être ultime en raison d'une « nature inhérente » absolue, qui la rend sacrosainte, ou en fait un objet d'adoration transcendant. (*Ibid.*, p. 77)

Ce point est important, car en attribuant ainsi la formation des valeurs à l'enquête, qui est « la méthode de l'action intelligente », Dewey les extrait du domaine des simples préférences subjectives et leur confère un caractère objectif.

Cette manière de traiter le caractère ultime des valeurs fait aussi partie de la « pragmatisation » que tente Dewey de la question des valeurs. Dans une telle approche, les valeurs sont tour à tour des fins et des moyens. Elles sont notamment des moyens pour appréhender les conséquences des conduites, et donc pour définir de nouvelles fins. Elles sont aussi des outils d'évaluation ou des étalons de mesure. Elles permettent, entre autres, d'évaluer et de critiquer ce qui existe, de rendre sensible ce qui manque, et de provoquer des engagements. Un autre aspect important de cette pragmatisation est la conception qu'elle permet du lien que les critères ou les standards de valuation/évaluation entretiennent avec les pratiques : plutôt que d'être fixés indépendamment des pratiques, les critères et les standards sont élaborés par leur usage en situation, tandis que l'organisation des premières requiert les seconds comme moyens et comme hypothèses. Il y a ainsi une « constitution réciproque des pratiques et des standards » (Garreta, 2008, p. 304).

Cependant cette pragmatisation ne rend pas compte de la dynamique collective qui soutient, dans leur autorité, les repères collectifs que sont, entre autres, les valeurs. La « genèse conceptuelle » proposée par Orléan a l'avantage de reconstituer une telle dynamique. Je voudrais en esquisser une autre, moins spinoziste. Mais auparavant, je voudrais revenir sur la pluralité des formes d'autorité.

La pluralité des formes d'autorité

L'analyse des idéaux a fait ressortir une forme particulière d'autorité, impliquée dans l'engagement personnel inhérent à la conviction morale, ou encore à la foi religieuse. Cette forme d'autorité est différente de la souveraineté anonyme et diffuse des usages et des pratiques, ou encore de l'autorité des normes.

Un exemple de la souveraineté des usages est l'autorité du langage. Il y a, en celui-ci, une primauté et une autorité des usages établis, qui font que la référence des termes et des

phrases du langage est générale et « objective » : ce n'est donc pas le locuteur individuel qui décide du sens des mots qu'il emploie, et il n'est pas en son pouvoir de le faire.

> Les individus sont certainement les auteurs des *phrases* qu'ils construisent, mais ils ne sont pas les auteurs du *sens* de ces phrases […]. Mon interlocuteur a tort s'il n'a pas compris ce que j'ai dit dans le sens de ce que *ma phrase* veut dire dans le contexte. Moi-même, j'ai tort si je prétends qu'il a été dit *par moi* autre chose que ce qui a été dit *par ma phrase* en vertu des usages établis […]. Ces usages établis permettent de décider de ce qui est dit, et donc de ce qui a été pensé, quand quelqu'un se fait entendre de quelqu'un. (Descombes, 1996, p. 333-4)

Il n'est pas dans le pouvoir d'un individu ou d'un groupe de créer et de modifier ces usages établis à volonté, notamment par des conventions. Le pouvoir d'établir des manières de faire et de dire que tout le monde fait siennes est au-delà des capacités d'un individu :

> Il apparaît impossible à un individu, si puissant soit-il, d'établir un usage par lui-même. […] Un individu peut bien édicter qu'il faudra désormais observer telle règle de son choix […] : ce qu'il a prescrit ne deviendra à proprement parler un usage qu'à partir du moment où, comme on dit, les gens auront pris le pli. Tout ce que peut déterminer l'individu dès à présent, c'est la façon dont les gens devraient agir dans l'hypothèse où ils se conformeraient à la règle établie. Il ne peut déterminer maintenant quel sera l'usage établi. (Descombes, 2004, p. 454)

Cette autorité des usages établis est différente du pouvoir directif des normes. Les normes ont un sens déontologique (« tu dois »), c'est-à-dire qu'elles « obligent leurs destinataires, sans exception et de la même manière, à adopter une attitude satisfaisant à des attentes de comportement généralisées » (Habermas, 1997, p. 278). Selon Habermas, les valeurs n'ont pas ce pouvoir directif car elles ne sont que « des préférences intersubjectivement partagées », qui établissent le caractère attractif de certains biens : elles n'ont donc qu'« un sens téléologique » ; elles sont « en concurrence pour avoir la priorité » et elles varient selon les individus et les formes de vie.

On retrouve la forme d'autorité impliquée dans la conviction morale dans un tout autre phénomène : la confiance en une personne. La confiance est une forme d'attribution d'autorité, qui ne requiert pas une sacralisation. Nous l'avons vu, la sacralisation met des choses à part, les soustrait à la circulation commune et les protège par des interdictions ; le sacré inspire à la fois de la crainte et du respect, et il suscite de la soumission. La confiance génère aussi du respect, mais sans la crainte ; elle comporte également un élément de

soumission. Commentant une phrase célèbre de Kant dans *Fondements de la métaphysique des mœurs*, où celui-ci dit du « respect » porté à quelqu'un qu'il est « la représentation d'une valeur qui porte préjudice à mon amour-propre », Axel Honneth définit la reconnaissance comme un acte dans lequel

> […] un décentrement s'opère chez le sujet parce qu'il concède à un autre sujet une « valeur » qui est la source d'exigences légitimes qui contrarient son amour-propre. […] En reconnaissant quelqu'un et en lui conférant une autorité morale sur moi […], je me dispose en même temps à le traiter à l'avenir en fonction de sa valeur. (Honneth, 2006, p. 238)

C'est, me semble-t-il, un décentrement de ce genre qui a lieu dans la confiance lorsqu'elle comporte ce que Simmel appelle la foi en une personne : le crédit que nous accordons à cette personne est basé sur la « valeur » que nous lui reconnaissons, valeur ancrée dans sa personne, que nous traitons comme douée de certaines qualités, vertus et capacités ; et cette reconnaissance « contrarie notre amour-propre », en ce sens qu'elle est source d'exigences pour nous, qu'elle « impose des limites à la réalisation de nos envies spontanées et de nos inclinations » (*ibid.*, p. 243 ; à comparer à la définition du respect par Durkheim, *supra*, p. 6).

C'est en ce sens que l'on peut interpréter le propos de Simmel, lorsqu'il évoque un « jugement porté par avance sur la personne ». Ce jugement est plus qu'une évaluation de sa fiabilité, ou de la probabilité de sa loyauté. Il est une reconnaissance, c'est-à-dire à la fois l'attribution d'une valeur à la personne, attribution qui est la source d'exigences légitimes, et un engagement en sa faveur, dont résultent des obligations diverses, obligations que ne peut pas susciter une simple évaluation de fiabilité ou de probabilité de loyauté. Une telle reconnaissance va au-delà du savoir ou de l'information disponible. Elle va au-delà des faits, au-delà des normes et au-delà des assurances détenues.

Pour ce qui est de l'élément de soumission inhérent à la confiance, il a été bien mis en évidence par E. Benveniste dans son étude sur l'évolution du sens du mot latin *fides* (*Le vocabulaire des institutions indo-européennes*, chap. 8 et 15). *Fides* est le substantif abstrait de *credere*. *Credere* c'est remettre à un autre, sans la donner, une chose qui est à soi, sans considération du risque, avec la certitude de la récupérer. Si *fides* a évolué vers la notion subjective de confiance, le terme a néanmoins conservé quelque chose de sa valeur ancienne. Cette valeur ancienne comportait l'idée d'une « qualité propre d'un être qui lui attire la

confiance et s'exerce sous forme d'autorité protectrice sur ce qui se fie en lui » (*ibid.*, p. 103). Ce qui fait que

> […] celui qui détient la *fides* [foi/confiance] mise en lui par un homme tient cet homme à sa merci […]. Mettre sa *fides* en quelqu'un procurait en retour sa garantie et son appui. Mais cela souligne *l'inégalité des conditions*. C'est donc *une autorité* qui s'exerce en même temps *qu'une protection* sur celui qui s'y soumet, en échange et dans la mesure de sa *soumission*. (*Ibid.*, p. 118-9)

Une telle « inégalité des conditions » ne se retrouve évidemment pas dans le cas de l'autorité des valeurs.

Cette entrée en scène du phénomène de la confiance n'est pas innocente. Elle me fournira une description possible de la dynamique collective qui soutient l'autorité des valeurs. Mais en quoi celle-ci diffère-t-elle de la souveraineté des usages ?

Si l'on abandonne le représentationnalisme de Durkheim et sa croyance dans le pouvoir de la société, en tant qu'entité *sui generis*, d'imposer les usages et les mœurs, on peut dire qu'institutions et mœurs, us et coutumes, pratiques et significations instituées sont investies d'autorité du fait simplement que, pour qu'ils puissent agir, interagir, juger, etc., les individus doivent adopter à leur égard un genre d'attitude pratique particulier, que l'on peut appeler, dans l'esprit du Wittgenstein de *De la certitude*, une confiance première, une *Ur-trust*. C'est une confiance non réfléchie et non consciente, qui ne procède pas d'une vérification ou d'un raisonnement, d'une anticipation ou d'un calcul. Elle se manifeste dans une absence d'hésitation, de doute ou de méfiance dans l'engagement, ou dans la manière d'agir, celle, par exemple, dont témoigne notre saisie directe des choses, la manière, par exemple, dont je saisis la serviette de toilette quand je sors de la douche. Cette assurance est une affaire d'attitude, pas de savoir. Il s'agit d'une certitude complète dans l'action (cf. Moyal-Sharrock, 2007).

Cette forme de confiance sous-tend une bonne partie de nos gestes, de nos activités et de nos engagements ordinaires. L'*Ur-trust* n'est pas une confiance aveugle : c'est tout simplement ainsi que nous agissons. Comme le dit Wittgenstein :

> Ne dois-je pas commencer quelque part à faire confiance ? C'est-à-dire : il faut que quelque part je commence à ne pas douter ; et ce n'est pas là, pour ainsi dire, une procédure trop précipitée mais excusable ; non, cela est inhérent à l'acte de juger. (*De la certitude* : §150)

À propos du jugement il se demande aussi : « Est-ce donc qu'il me faut reconnaître certaines autorités pour avoir la possibilité même de juger ? » (*Ibid*., §493). La réponse ne fait pas de doute pour lui.

Quelle dynamique collective ?

Cependant ce genre d'explication ne dit encore rien de la dynamique collective qui soutient l'autorité des valeurs. Pour la décrire on peut partir du constat que, dans les interactions et les actions pratiques, les repères et les standards collectifs sont supposés communs par les individus – ils sont « virtuels » dans le langage de P. Livet. Leur partage et leur reconnaissance ne sont jamais assurés d'emblée, et seules les interactions effectives peuvent lever cette incertitude, au moins en partie. Une telle incertitude vaut en particulier pour les valeurs, du moins pour la part de celles-ci qui relève de l'engagement personnel : je ne suis pas d'emblée assuré que les autres tiennent à ce à quoi je tiens. Cette incertitude peut être source d'émotion, tout comme peut l'être sa réduction. En effet le partage des émotions est souvent le moyen de s'assurer que les repères collectifs, notamment les valeurs, sont partagés et reconnus par la plupart comme faisant autorité pour eux (plutôt que par tous). La découverte de leur non-respect par les autres peut à l'inverse susciter des affects négatifs, souvent désagréables, et faire surgir une incertitude quant à l'extension de leur partage, cette incertitude engendrant des émotions supplémentaires (cf. Livet, 2002).

Cependant les interactions sociales disposent d'un mécanisme efficace de réduction de l'incertitude : la confiance. Comme l'a expliqué Luhmann, la confiance « sert à traverser un moment d'incertitude dans le comportement des autres hommes dont on fait l'expérience au même titre que l'imprévisibilité des modifications d'un objet » (Luhmann, 2007, p. 24). Mais il y a différents types de confiance. On l'a vu, il en est un qui joue un rôle fondamental dans la vie sociale : l'*Ur-trust*. Cette confiance première est à la base de la coordination de la plupart des activités de la vie courante, où les engagements se font sans hésitation ni réflexion. Ainsi chacun se fie-t-il aux autres pour prendre comme base d'inférence et d'action les cadres institués de la vie sociale, c'est-à-dire les usages établis et les habitudes sociales, ou encore ce que tout un chacun est supposé savoir, ou tenir pour allant de soi en matière de croyances et de valeurs légitimes concernant la vie sociale. Mais rien ne garantit qu'ils le feront effectivement.

C'est ce que Harold Garfinkel a montré dans ses *breaching experiments*, en adoptant le vocabulaire de la phénoménologie sociale de Schütz : lorsqu'ils agissent et interagissent, les agents sociaux se fient les uns aux autres pour adopter une attitude d'engagement en faveur des croyances légitimes au sujet de la vie en société, c'est-à-dire en faveur des us et coutumes, des institutions sociales et des significations et valeurs instituées. Dans le vocabulaire phénoménologique de Garfinkel, ils se fient les uns aux autres pour souscrire aux « faits naturels de la vie en société en tant que moralité », pour se référer aux « traits institutionnalisés de la collectivité » et pour le faire dans une posture tout à fait spécifique : à savoir un attachement moralement motivé, qui conjoint, comme Durkheim l'a expliqué, la soumission à l'obligatoire et l'attraction de ce qui est tenu pour bon ou légitime, bref une forme de conviction morale. En d'autres termes les membres « de bonne foi » de la société attendent normativement les uns des autres qu'ils se réfèrent à ce qu'ils croient leur être commun, à savoir

> […] aux structures sociales qu'ils considèrent comme faisant effectivement ou potentiellement l'objet d'une connaissance partagée avec [les autres]. Et donc, non pas à n'importe quelles structures sociales connues en commun, mais à des structures sociales *normativement valuées (normatively valued social structures)* que les sujets acceptent en tant que *conditions* que leurs jugements relativement à leur appréhension raisonnable et réaliste de leur situation, et au caractère « valable » [des points de vue des autres], doivent satisfaire. Ces structures sociales consistent en traits normatifs du système social *perçu de l'intérieur*, qui, pour les agents, déterminent leur appartenance aux différentes collectivités auxquelles ils se réfèrent. (Garfinkel, 2007, p. 172)

Les agents sociaux, explique ainsi Garfinkel, appréhendent l'ordre moral de la vie collective comme objectif, comme indépendant d'eux – une objectivité et une indépendance qu'ils produisent en fait sans s'en rendre compte. Et c'est en honorant, de manière motivée, c'est-à-dire comme une affaire de conviction morale, les « attentes d'arrière-plan de la vie quotidienne » qu'ils produisent les traits de la société réelle, et notamment la transcendance de l'ordre moral. Lorsqu'un individu découvre, en cours d'interaction, que son ou ses partenaires ne se conforment pas à ces attentes, il est fortement désorienté ; il éprouve des affects négatifs, y compris éventuellement vis-à-vis de lui-même, et s'efforce de « normaliser » la situation.

On peut donc dire que, d'un point de vue ethnométhodologique, l'autorité des valeurs est soutenue à la fois par les attitudes que les gens adoptent dans l'accomplissement de leurs

activités pratiques en interaction, et par les opérations qu'ils y font les uns par rapport aux autres (attribution hypothétique de savoirs et de croyances, supposition de partage de repères collectifs, de partage d'un engagement en faveur des « faits naturels de la vie en société », ou en faveur des croyances et valeurs tenues pour légitimes, vérification implicite de ces engagements, etc.).

Mais cela ne veut pas dire qu'ils recréent l'ordre moral de la vie collective dans chacune de leurs interactions. La représentation de cet ordre moral à un moment donné fait partie de ce que C. Taylor appelle un « imaginaire social », qui est une création historique. Il ne s'agit pas seulement d'une appréhension des normes qui sous-tendent les pratiques mais aussi d'une conception plus large de ce qui est normal et de ce qui ne l'est pas, de ce qui est juste et ce qui ne l'est pas (la normativité sociale inclut la « normalité ») ainsi que des idées de ce qui est désirable, de ce qui devrait être, de la manière dont nous devrions vivre ensemble en société, et pour quelles raisons. Ces images de l'ordre moral de la vie en société ne sont pas nécessairement orientées vers le statu quo ; elles font place à des aspirations et à des idéaux. Elles sont elles-mêmes un produit historique. Ainsi l'image moderne de l'ordre moral dans la vie sociale est très différente de celle des périodes antérieures : « Le point fondamental du nouvel ordre normatif [dans la modernité] est le respect mutuel et le service mutuel des individus qui constituent la société », – en tant qu'individus libres, dotés des droits. (Taylor, 2004, p. 12)

Un imaginaire social fournit notamment des paradigmes pour définir la sociabilité et hiérarchiser, sous l'aspect de leur valeur, ou de leur mérite d'être poursuivis comme objets d'effort, les modes de comportement, les modes de vie, les manières d'interagir les uns avec les autres, les modes de gouvernement ou de gestion des affaires publiques. Ainsi, à l'époque moderne, la conversation polie et la discussion persuasive, sous des conditions de quasi-égalité des partenaires, ont-elles remplacé aussi bien le combat ritualisé et les joutes médiévaux que les échanges entre individus appartenant à un ordre hiérarchique.

Je rappelle que par « imaginaire social », Taylor entend

> […] la façon dont les gens imaginent leur existence sociale, imaginent la manière dont ils s'intègrent les uns aux autres, la façon dont les choses se passent entre eux et leurs concitoyens, les attentes qui sont normalement satisfaites et les idées et images normatives plus profondes qui sous-tendent ces attentes. (Taylor, 2004, p. 23)

C'est un tel imaginaire qui assure « la compréhension commune » qui rend possibles les pratiques communes qui constituent notre vie sociale « et un sentiment de légitimité largement partagé » (*ibid.*) :

> Une telle compréhension est à la fois factuelle et normative : c'est-à-dire, nous avons une idée de la manière dont les choses se passent habituellement, mais cette idée est intimement liée à une idée de la manière dont elles devraient se passer, des faux-pas qui invalideraient la pratique. (*Ibid.*, p. 24)

Taylor précise en quoi cette compréhension constitue l'arrière-plan de nos pratiques et de nos réflexions : elle est une appréhension de notre situation d'ensemble

> […] dans laquelle des aspects particuliers de notre monde se révèlent à nous avec le sens qu'ils ont. Elle ne peut jamais être exprimée de manière adéquate sous la forme de doctrines explicites en raison de sa nature illimitée et indéfinie. (*Ibid.*, p. 25)

Un point important souligné par Taylor est que les usages, les habitudes sociales ou les pratiques instituées incorporent comme éléments constitutifs des idées, des normes, des standards et des idéaux, qui les rendent praticables et leur donne leur sens (cf. l'exemple du vote dans un régime démocratique). A. McIntyre (1984) avait déjà soutenu que les pratiques comportent des biens et des standards d'excellence qui leur sont inhérents, et que s'y engager c'est adopter ces biens et accepter ces standards, qui deviennent alors les critères d'évaluation de ses propres performances. Dans cette perspective, une partie importante des valeurs fait partie constitutive des usages et des pratiques, et n'existe qu'incarnées en eux ; l'imagination les projette dans des idéaux ; ce qui change quelque peu la forme de leur autorité, s'il est vrai qu'il y a une différence entre l'autorité des usages établis et celle des idéaux produits par l'imagination.

IV. CONCLUSION

Il n'y a donc pas de réponse simple à la question posée. L'autorité des valeurs a plusieurs sources. Certaines sont dues à des illusions, disons d'ordre sémantique, ou à des vénérations indues – celle pour les idées abstraites, notamment. Les deux plus importantes sont :

– la souveraineté anonyme des usages et des pratiques, en tant, d'une part, qu'ils incorporent des idées, des standards et des idéaux, fournis par l'imaginaire social, d'autre part

qu'ils suscitent le genre d'adhésion caractéristique de l'*Ur-trust* – il y a une reconnaissance d'autorité et un élément de soumission dans cette forme de la confiance ;

– le genre de conviction morale, d'engagement personnel et d'émotion collective que suscitent les idéaux, en tant que projections par l'imagination créatrice à l'œuvre dans l'enquête, dans l'art et dans la communication.

Ma réponse est ainsi à la fois proche et éloignée de celle d'Orléan. Elle est proche de son explication des croyances conventionnelles et de l'extériorisation des repères collectifs, mais sans l'invocation, d'un côté, de la polarisation mimétique des désirs, et, de l'autre, de la forme *sui generis* de conscience qu'est la conscience collective durkheimienne. Elle est éloignée en ce qu'elle ne fait pas surgir ce qui assure l'intégration intellectuelle et morale d'une société des agissements et des interactions d'individus non encore socialisés, s'imitant et s'affectant les uns les autres dans la formation de leurs désirs. C'est une fiction que ne cessent de reproduire les conventionnalistes. Mais elle n'est pas acceptable : les individus sont toujours déjà plongés dans une forme de vie et dans une vie sociale où le sens est institué (ce qui n'est pas tout à fait la même chose qu'être « plongés dans les interactions », pour reprendre l'expression d'Orléan) ; ils y trouvent les moyens de leur individualisation. Et ils sont sensibles à certaines valeurs parce que, à travers les usages et les institutions, ils ont développé certaines pratiques, y compris corporelles. Wittgenstein par exemple relevait que nos concepts éthiques et nos attitudes normatives à l'égard d'autrui, ainsi que notre sens de la dignité humaine, sont ancrés dans notre expérience corporelle, notamment dans la manière dont nous nous rapportons à notre corps, et dans la manière dont les autres le traitent. Une de ses notations des années 1930 témoigne de cette conviction :

> Mutilez complètement un homme, coupez-lui les bras et les jambes, le nez et les oreilles, et voyez alors ce qui reste de son estime de soi et de sa dignité, et jusqu'à quel point ces concepts eux-mêmes restent les mêmes. Nous ne soupçonnons pas du tout à quel point ces concepts dépendent de l'état normal, habituel de notre corps. Qu'arriverait-il si nous étions menés par une laisse attachée à un anneau passé dans notre langue ? Que resterait-il d'humain en nous ? Dans quel état un tel homme s'enfoncerait-il ? Nous ne savons pas que nous nous tenons sur un haut rocher étroit entouré de précipices, dans lesquels tout semble différent.

Références bibliographiques

Arendt H. (1972), « Qu'est-ce que l'autorité ? », in *La crise de la culture*, Paris, Gallimard, p. 121-185.

Benveniste E. (1969), *Le vocabulaire des institutions indo-européennes*, Paris, Minuit.

Bouveresse J. (2006), « Combien mesure le mètre ? § 50 », *in* S. Laugier & C. Chauviré (eds), *Lire les Recherches philosophiques de Wittgenstein*, Paris, Vrin, p. 41-84.

Castoradis C. (1975), *L'institution imaginaire de la société*, Paris, Seuil.

Descombes V. (1996), *Les institutions du sens*, Paris, Gallimard.

— (2004), *Le complément de sujet*, Paris, Gallimard.

— (2013), *Les embarras de l'identité*, Paris, Gallimard.

Dewey J. (1939), « Experience, Kknowledge and Value. A Rejoinder », *in* P. A. Schilpp & L. E. Hahn (eds.), *The Philosophy of John Dewey*, La Salle, Open Court, p. 517-608.

Dewey J. (1949), « The Field of Value », *The Later Works*, *1925-1953,* Ed. by Jo Ann Boydston, vol.16, Carbondale, Southern Illinois University Press, p. 343-357.

Dewey J. (2005), *L'art comme expérience*, Pau, Presses de l'Université de Pau.

— (2011a), *Une foi commune*, Paris, Les empêcheurs de penser en rond.

— (2011b), *La formation des valeurs*, Paris, Les empêcheurs de penser en rond.

— (2012), *Expérience et nature*, Paris, Gallimard.

Durkheim É. (1912), *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, PUF.

— (1970), *La science sociale et l'action*, Paris, PUF.

Garfinkel H. (2007), *Recherches en ethnométhodologie*, Paris, PUF.

Garreta G. (2008), « De quoi parlent les jugements de valeur ? Dewey face à l'émotivisme », *in* F. Brahami (éd.), *Les affections sociales*, Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté, 2008, p. 269-307.

Habermas J. (1987), *Théorie de l'agir communicationnel*, vol. 2, Paris, Fayard.

Habermas J. (1997), *Droit et démocratie*, Paris, Gallimard.

Honneth A. (2006), *La société du mépris*, Paris, La Découverte.

James W. (2007), *Philosophie de l'expérience*, Paris, Les empêcheurs de penser en rond.

Joas H. (2000), *The Genesis of Value*, Chicago, The University of Chicago Press.

— (2013), *The Sacredness of the Person. A New Genealogy of Human Rights*. Georgetown, Georgetown University Press.

Karsenti B. (2005), *La société en personnes*, Paris, Economica.

Livet P. (2002), *Émotions et rationalité morale*, Paris, PUF.

Lordon F. (2010), « La puissance des institutions (autour de *De la critique* de Luc Boltanski) », *Revue du MAUSS permanente*.

Luhmann N. (2007), *La confiance*, Paris, Economica.

McIntyre A. (1984), *After Virtue*, Notre Dame, University of Notre Dame Press.

Moyal-Sharrock D. (2007), *Understanding Wittgenstein's On Certainty*, Londres, Palgrave Macmillan.

Orléan A. (2011), *L'empire de la valeur*, Paris, Seuil.

Parsons T. (1968), « On the Concept of Value-Commitments », *Sociological Inquiry*, 38 (2), p. 135-60.

Quéré L. (2015), « Value as a Social Fact : An Adverbial Approach », *Human Studies*, 38(1), p. 157-77.

Schulte J. (1992), *Lire Wittgenstein*, Combas, L'éclat.

Simmel G. (1987), *Philosophie de l'argent*, Paris, PUF.

Taylor C. (1998), *Les sources du soi*, Paris, Seuil.

— (2004), *Modern Social Imaginaries*, Durham, Duke University Press.

Wittgenstein L. (1965), *De la certitude*, Paris, Gallimard.