

NOTE POUR UNE APPROCHE TRILOGIQUE DE LA VALEUR

AUTEUR :

Ismaël SENE

Doctorant HEC – Département MRH
Professeur Associé au Groupe ESC Amiens Picardie
ismaelsene@ifrance.com

CO-AUTEUR :

Charles-Henri Besseyre des Horts

Professeur au sein du groupe HEC
Département MRH
besseyre@hec.fr

Nous avons eu l'occasion d'exposer, dans une recherche relative à l'instrumentation du collectif¹, une typologie des *cibles instrumentales de l'intelligence stratégique*. La typologie proposée référerait à trois modes fondamentaux d'exercice de la cognition, offrant une base analytique et critique, au regard des offres logicielles présentes sur le marché. Mais une question reste difficile à résoudre, à propos des raisons fondamentales qui font que la connaissance n'aurait que trois modes d'existence. Qu'est-ce qui justifie théoriquement ce triptyque ? Pourquoi n'y en aurait-il pas quatre ou cinq différents ? La question est d'autant plus intrigante, que comme nous l'avions souligné dans une note de renvoi, le triptyque d'A. Hatchuel peut être rapproché des trois modes d'apprentissages mis à jour par M. Polanyi², ainsi que des fonctions des schèmes d'utilisation de P. Rabardel³. Notons que ce qui rapproche ces auteurs est la question cognitive, mais aucun d'eux ne dit de leur triptyque qu'il est en réalité une trilogie. Ce que nous allons formuler comme hypothèse de travail, *car il nous semble que la seule raison pour laquelle un triptyque ne peut accueillir d'autres éléments est qu'il fonctionne en clôture, selon le mode de la trilogie*.

1 – DU TRIPTYQUE A LA TRILOGIE

Nous disions donc que ce qui rassemble ces auteurs est la cognition, mais nous aurions aussi pu dire la rationalité. Tous ces auteurs ont en effet une conception rationnelle de la connaissance, au sens de la mise en relation des fins et des moyens (termes Wéberiens de la rationalité). Toute pensée rationnelle questionne la relation entre des fins et des moyens. Que l'on se questionne sur quelque problème que ce soit, du plus banal au plus essentiel, il y a une fin sous tendue par la question que l'on se pose et des moyens que l'on présuppose, ou que l'on cherche à étendre etc. **Or a y regarder de plus près, il n'y a que trois manières d'exercer sa rationalité. Celle qui nous mène à privilégier un mouvement qui part des moyens pour aller vers les fins, celle qui nous incline à remonter des fins vers les moyens, et celle qui ne pose aucune hiérarchie logique entre les fins et les moyens et qui consiste à les mettre en balance pour un questionnement réciproque.** Ces trois procédés sont intrinsèquement liés puisqu'il n'y a pas l'un d'entre eux qui puisse s'exercer sans présupposer l'existence des deux autres.

¹ Sène, (2003)

² Polanyi, (1962)

On commence donc à entrevoir en quoi il s'agirait là d'une trilogie. Mais nous avons tracé les lignes d'une image qui reste floue si l'on n'exerce pas un retour sur le triptyque d'Hatchuel. Ce qui fait la différence entre les trois types de savoir d'Hatchuel concerne en premier lieu les fins concrètes qu'ils visent. Un état de fonctionnement n'est pas un produit stable, mais plutôt une dynamique instable en constante évolution. Un scénario n'est pas quelque chose d'aussi concret qu'un produit ou qu'un état de fonctionnement. Il est une projection de l'action qui vient "orienter et contrôler l'activité" comme le dirait P. Rabardel. Or qu'est ce qu'une fin sinon une valeur ? Une fin n'est rien d'autre qu'une valeur visée. Nous avons donc une idée du chaînon qui nous mènera de la question de la rationalité à celle de la valeur, mais l'image demande quelques éclaircissements.

Soit, l'action rationnelle vise des valeurs, et si elle s'exerce selon trois modes, il doit bien y avoir trois types de valeurs différentes. Mais quelles sont elles ? Comment les caractériser autrement que selon la perspective restrictive d'une activité industrielle donnée ? On ne trouve pas des valeurs que dans un atelier. Et comme le remarquait A. Hatchuel, il n'est peut-être pas nécessaire d'affirmer une différence de nature entre les valeurs au sens des grandes valeurs morales, et la valeur au sens économique des choses. Toute action collective, puisque c'est elle qui nous intéresse, vise des valeurs, ce qui laisse entrevoir que leur immense diversité ne peut être résumée par quelques cas particuliers. Il faut donc pour les catégoriser, se détacher momentanément du domaine de l'entreprise, pour y revenir par la suite, avec des concepts mieux forgés.

Pour faire ce détour, il faut se souvenir que les catégories de la connaissance se sont forgées durant les millénaires de l'évolution, dans la relation avec la "nature" ou "l'environnement" selon la perspective que l'on aura pour décrire ce qui est extérieur. C'est la construction même de cette extériorité qui accompagnera celle des catégories fondamentales selon lesquelles cette extériorité est perceptible. Or si l'on s'appuie cette fois sur M. Polanyi⁴ lorsqu'il fait référence à d'autres études qui concernent le monde animal, il est fort à parier que l'association qu'il risque entre ses catégories fondamentales, et les grands champs d'exercice de la connaissance de notre temps (à savoir les techniques, la biologie et ce qu'il appelle les sciences déductives), soit une intuition fondée, à savoir une intuition qui mérite d'être retravaillée. Car plus que le découpage des champs scientifiques, ce qui est intéressant est de s'appuyer sur la notion de

³ Rabardel, (1995)

schèmes sociaux d'utilisation développée par P. Rabardel⁵ pour se rendre compte qu'il existe quelque chose de cet ordre dans les différentes représentations que l'on peut se faire de la nature. Cette idée nous mène à considérer que la relation entre les fins et les moyens doit sans doute être mise en relation avec une relation du même ordre au sein de la nature. Si c'est avec la nature que ces schèmes se sont constitués, notre vision de la nature doit posséder des relations du même ordre. Il y a en effet dans la nature non pas des moyens et des fins mais, pourrions nous dire, des origines et des phénomènes. Ce qui donnerait le tableau suivant :

NATURE		ACTION RATIONNELLE	
Origines	Phénomènes	Moyens	Fins
Causes	Effets	Procédés	Produits
Forces	Equilibres	Traitements	Fonctionnements
Ressources	Contraintes	Objets	Relations

Ainsi les causes et les effets de la nature correspondraient aux procédés et aux produits de l'action rationnelle, les forces et les équilibres, aux traitements et aux fonctionnements ; enfin les ressources et les contraintes, correspondraient aux objets et aux relations. Notons que, autant les deux premiers binômes de la nature pourraient être conçus à distance de l'homme, autant le troisième fait plus directement référence à la volonté humaine. Ceci nous aide-t-il à mieux distinguer les trois catégories trilogiques de la valeur ? En partie seulement, car nous avons encore davantage un triptyque de la valeur qu'une véritable trilogie. Pour nous aider, nous allons faire appel à un quatrième auteur du champ des sciences cognitives dont nous n'avons pas encore parlé : F. Varela. Cet auteur, dans *Connaître les sciences cognitives*⁶, nous propose lui aussi un triptyque étonnement proche des trois premiers, mais en partant du champ des sciences de la nature dont il est issu. Dans son approche qui distingue le cognitivisme, le connexionisme et l'énaction, Varela met en avant les formalismes qui guident la représentation de la connaissance. C'est ainsi, comme nous l'avons fait dans des travaux antérieurs⁷, qu'il nous est possible de distinguer le formalisme de la computation (ou de la machine), le formalisme réticulaire (ou du cerveau), et celui de l'émergence. Mais ce que dit F. Varela de ces formalismes va plus loin, puisque la computation se pose en stricte rupture avec l'environnement, alors que le réseau vise d'abord la relation à l'environnement, et que

⁴ Op. Cit.

⁵ Op. Cit.

⁶ Varela, (1989)

l'énaction ne conçoit plus l'environnement comme un extérieur fini, qu'il n'y a donc plus de frontière, mais une dynamique énaïve de conception de l'être. Si l'on en revient à la question de la valeur, on se rend compte que la résultante de la computation ne peut être qu'un produit, alors que celle de l'émergence est une relation vertueuse à l'environnement. On commence là à distinguer les perspectives, mais quelle est la valeur de l'énaction ? On ne voit pas bien quelle serait la valeur d'un processus indéfinissable puisque uniquement projectif ? L'énaction est un mouvement continu dont on ne peut pas dire qu'il correspond à une valeur en propre. C'est en cherchant du côté de la philosophie, qui seule a longuement travaillé la question trilogique, que nous pouvons trouver une réponse plus consistante. En effet, si l'ontologie peut consister à "penser l'être de l'action"⁸, il n'est pas impossible que notre trilogie en soit une. L'être étant un organisme, l'action une production et la pensée une conscience de leur inséparabilité. Revenons maintenant à l'objet réel de la gestion qu'est l'action collective, et reposons nous la question de la valeur. Si toute action collective est rationnelle, la valeur est nécessairement trilogique, ou plus exactement, le système de valeurs qui guide l'action ne peut être que trilogique. Comment s'articuleraient donc ces grandes catégories de valeur ?

2 – EXPOSE DES TROIS CATEGORIES DE LA VALEUR

Notre réponse est la suivante : les valeurs qui résultent de la production sont des valeurs "objets", elles correspondent aux objets concrets, mais nous verrons qu'on peut y adjoindre les produits dits immatériels qu'il est possible d'apprécier de façon quasi équivalente, ainsi que les "services" de même nature : ceux qui s'apprécient au moment de leur consommation. Les valeurs qui résultent de la relation à l'environnement sont des valeurs "relationnelles". Nous reviendrons sur ce concept de relation qu'il convient de définir rigoureusement, car une relation n'est pas un contact. Un contact ne peut être qu'une entrée en relation potentielle, qui ne présage en rien que la relation existe effectivement, ou qu'une succession de contacts témoignent d'une relation. Une relation a une fonction psychologique qui en fait sa valeur. Enfin, les valeurs qui résultent de la pensée sur l'être de l'action sont des valeurs politiques. Penser l'être de l'action c'est en effet gouverner, donner une direction à la dynamique de l'être et de l'action. Voyons donc ci-après, à quoi correspondraient concrètement ces trois catégories de notre trilogie.

⁷ Sene, (2000)

2.1. – Les valeurs objectales, ou les bienfaits

Il conviendrait mieux, plutôt que de parler de valeurs "produits", d'utiliser l'expression de valeurs objectales, pour plusieurs raisons. Tout d'abord, tout le monde sait ce qu'est un produit, et un produit n'est pas un service. Or nous voulons regrouper les deux dans une même catégorie, celle des valeurs qui s'apprécient au moment de leur consommation. D'autre part, il ne serait pas possible de parler de valeurs "objectives", car cela signifierait qu'elles ont une valeur intrinsèque. Or nous pensons que la valeur est un jugement sur l'objet, et non une résultante du marché, ou une quelconque valeur objective qui serait rattachée à cet objet. Nous dirons donc que ces valeurs ne s'actualisent qu'à l'occasion de leur consommation, ce qui nous fait utiliser l'expression de bienfait pour en parler. Là encore, parler de "bien" nous aurait ramené à une conception "produit" et "objective" de la valeur, ce que nous rejetons. Parler de bienfait, terme quelque peu désuet, est la seule expression que nous ayons trouvée pour souligner qu'il s'agit bien d'un jugement sur la valeur consommée. Qu'il s'agisse d'un bien ou d'un service, l'important est que sa consommation soit effectivement l'occasion d'un bienfait et non d'une nuisance.

L'une des caractéristiques des valeurs objectales, du point de vue de notre ontologie de la valeur, est qu'elles sont les résultantes de procédés. Le monde de l'ingénieur de production est essentiellement rattaché à ce schème causal de l'action, qui correspond au "savoir-faire" d'A. Hatchuel. Dans cette perspective, il y a un principe d'irréversibilité qui pèse sur la conception de l'action au point que la problématique centrale de la création de valeurs objectales relève de la décision. La décision est le niveau auquel est appréhendé la réalité complexe de cette catégorie de valeur, ce qui durant toute une période et encore aujourd'hui, a amené le management dans son ensemble à considérer la décision comme son objet central. Or la décision n'est pas l'élément clé des autres catégories de valeurs. Nous ne disons pas qu'il n'y a pas de décision par ailleurs, (même si des débats philosophiques ont depuis quelques temps mis en doute ce postulat), nous disons que la décision n'est pas le niveau pertinent d'appréhension de la complexité concernant les autres catégories de valeurs. Précisons enfin que les objets constituent des valeurs potentielles qui sont échangeables. Ce qui n'est pas le cas, comme nous le verrons plus loin, des valeurs relationnelles. Ceci est important à souligner, car la différence radicale qui existe entre un échange et une relation est rarement

⁸ Il faut lire à ce sujet le collectif de E. Tourpe (TOURPE, 2000)

mise en avant. *Nous pensons qu'il est crucial de réaffirmer la différence qui existe entre un échange marchand, et une relation commerciale, car la nature des valeurs que visent ces deux activités est radicalement différente* et les implications de cette confusion sont nombreuses et variées.

Si les objets peuvent faire l'objet d'échanges, ce qui n'est pas le cas des relations, c'est principalement par l'usage de la monnaie. La monnaie est la contrepartie concédée pour l'obtention d'un bienfait. Cette fonction technique de la monnaie a permis l'extension que l'on sait du champ des possibles en matière d'échange marchand. Mais ce faisant, il nous faut souligner une rupture lourde de conséquences : la création historique, mais de notre point de vue abusive, de la notion de valeur d'échange. Cette notion vient en effet occulter la fonction instrumentale de la monnaie, comme moyen d'articuler les valeurs relationnelles, au profit de sa prétendue valeur intrinsèque d'échange. Automatiquement, la monnaie acquiert de fait une valeur objectale symboliquement supérieure à celle de l'objet qu'elle permet d'acquérir, puisqu'elle permet de choisir parmi mille autres objets d'un prix équivalent. C'est donc d'abord un instrument qui contrairement aux valeurs relationnelles qu'elle est censée articuler, ne vise pas l'engagement réciproque, mais au contraire la libération vis à vis de ces engagements. En payant son dû, on ne se doit plus rien. Et le fait de ne pas avoir à négocier le prix de l'achat n'est pas sans conséquence sur la nature de l'interaction. *Car l'acte de négociation est le témoignage vivant d'une articulation des valeurs relationnelles.*

Dès lors, avec l'étendue massive des réseaux d'échange, il n'était guère possible de savoir à quelle articulation de valeurs relationnelles on participait, ni même si il s'agissait encore d'un échange identifiable, puisque les techniques financières allaient permettre de substituer entre elles les valeurs d'échange à une vitesse et pour des volumes toujours croissants. Or chacune des crises qui est venue sanctionner l'artificialité de la valeur d'échange, traitée comme une valeur-objet bien supérieure aux objets qu'elle permettait d'acquérir, a eu des conséquences humaines dramatiques. Conséquences prouvant, bien tristement, à quel point la monnaie ne servait plus sa fonction d'articulation des valeurs relationnelles.

2.2. – Les valeurs relationnelles, ou les solidarités

Les valeurs relationnelles sont celles qui s'apprécient au fil d'une relation, entendue comme un engagement réciproque entre deux ou plusieurs acteurs. Nous voyons bien que beaucoup de valeurs, telle la famille, entrent dans cette catégorie, mais nous allons montrer qu'elle concerne également l'entreprise. Et même qu'elle est une catégorie dont on cherche fortement à développer l'exercice dans l'entreprise. De la compétence collective, aux communautés de pratiques, les nouveaux objets conceptuels du management visant cette catégorie de valeurs se succèdent et se multiplient. Nous verrons plus loin que la grande mode du management de la relation client (CRM) peut d'ailleurs être analysée à l'aune de cette catégorie, et offrir de ce point de vue, un outil critique particulièrement intéressant. Il faut en effet préciser qu'une solidarité sous entend la reconnaissance mutuelle d'une interdépendance entre les personnes solidaires. Au sens où nous l'entendons, parler de solidarité c'est qualifier une relation d'interdépendante. *La charité n'est donc pas une solidarité, car elle témoigne au contraire d'une dépendance de l'un par rapport à l'autre.* Les solidarités sont très liées à la question de la confiance, au sens où la solidarité est toujours incertaine, sur la brèche. On ne peut pas décréter un jour d'entrer en solidarité de façon unilatérale. Et quand un événement déclencheur a provoqué la relation solidaire, encore faut-il qu'au cours du temps la valeur de cette solidarité puisse se mesurer à l'aune des événements, et de la répétition des événements à l'occasion desquels elle se manifeste. Contrairement aux bienfaits, les solidarités ne s'apprécient donc ni comme une réalité irréversible (un bon repas restera un bon repas à la postérité), ni comme une réalité ponctuelle, puisqu'elles s'apprécient au gré de la répétition des événements.

Nous avons hésité à qualifier ces valeurs relationnelles de valeurs identitaires, tellement les deux éléments fonctionnent de concert. Mais c'est à la lecture des travaux d'A. Badiou⁹, que nous avons résolument opté pour la notion de solidarité. En effet, ce philosophe mathématicien souligne que "l'être ne connaît nulle autre figure de présentation que le multiple, et que donc la relation, pour autant qu'elle est, doit être aussi multiple que le multiple qu'elle opère". Si l'on entend bien cet auteur, il faut comprendre que l'être – nous dirons l'identité – ne se manifeste pas par autre chose que par des solidarités dans les usages (la relation étant aussi multiple que l'être). De ce point de vue, une identité devient une

⁹ Badiou, (1988)

relation solidaire. On rejoint cette même idée à la lecture du grand Larousse sur la notion de solidarité : "Lien mutuel entre deux ou plusieurs choses dépendantes l'une de l'autre : *la solidarité démontrée de la chaleur et du mouvement a fait conclure à leur identité*". Toutes les problématiques de la *culture*, de *l'identité organisationnelle* ou encore de la *compétence collective*, mais également toutes les problématiques de la *motivation* et de *l'engagement* pourraient donc être axiomatisées à l'aide du concept de solidarité. Mais au delà, il est fort à parier que ce que l'on appelle le *Goodwill* ou encore le *Capital immatériel*, tombe dans cette catégorie de valeurs et correspond en réalité, tout comme le fonds de commerce, aux solidarités que l'organisation aura été capable de développer en relation avec son environnement.

2.3. – Les valeurs politiques, ou les mythes rationnels

Nous pouvons, enfin, aborder les valeurs politiques, dans leur rôle de direction de l'être et de l'action. Ces valeurs décrivent la direction que doit prendre l'agencement des bienfaits et des solidarités. On connaît bien ces valeurs lorsqu'elles concernent l'intérêt général d'une société toute entière. Elles s'organisent en systèmes de valeurs parmi lesquelles la liberté, la démocratie, etc. Mais à quoi peuvent-elles correspondre dans l'entreprise ? A ce qu'Armand Hatchuel a appelé un Mythe rationnel. Si nous avons parlé d'idéologie, non seulement nous aurions été contraints de lutter contre le galvaudage de l'expression, mais de plus, nous aurions manqué l'avantage principal de nous appuyer sur la théorie des mythes rationnels. Nous verrons en effet, qu'elle nous sera encore d'un grand secours lorsqu'il s'agira de travailler sur La trilogie dans son ensemble.

Voyons tout de suite quel est le premier avantage : Armand Hatchuel a clairement identifié la structure d'un mythe rationnel, dans lequel on trouve généralement des figures d'acteurs, un champ de valeur connaissable et un substrat formel. Il est remarquable de constater que les deux premiers termes correspondent très exactement à nos deux premières catégories de valeur, puisqu'en posant des acteurs et leurs relations, A. Hatchuel désigne nos solidarités, et en désignant un champ de valeur connaissable, il présuppose l'existence de valeurs objectales, sans nier la possibilité (dans le "connaissable"), que ces valeurs puissent être d'un autre ordre que les valeurs objectales. Reste le substrat formel. A quoi peut-il bien correspondre dans notre trilogie des valeurs ? Nous dirons qu'il s'agit là de la mesure esthétique de l'ensemble.

En effet, nous sommes habitués à parler de mesure en pensant automatiquement à la quantité. La mesure serait nécessairement une quantité de choses. Mais il existe également une mesure qualitative des choses qui est d'ordre esthétique. Et en s'appuyant sur les travaux de Gilbert Simondon¹⁰, on peut dire que l'esthétique constitue le fondement commun à toutes les formes de pensées, qu'elles soient rationnelles ou non. L'identification d'une forme esthétique est donc indispensable à la pensée politique, au sens où elle doit être partagée par chacun des acteurs du mouvement politique qu'est l'action collective. L'existence d'un substrat formel témoigne donc de la nécessité d'agencer les bienfaits et les solidarités selon une certaine forme, une certaine dynamique des ressources et des contraintes. Précisons que nous choisissons le mot politique, parce qu'il laisse ouverte une interprétation du politique au sens de M. Crozier, ou au sens de la politique Marketing, Commerciale ou Industrielle. Concrètement, les valeurs politiques se présentent comme des scénarios d'agencement. Cependant que le leader politique plaide la vertu de son scénario, c'est à dire l'idée que son scénario permettra d'agencer une dynamique vertueuse des bienfaits et des solidarités.

3 – L'ARTICULATION DIALECTIQUE DES TROIS CATEGORIES DE LA VALEUR

Nous avons donc exposé les trois catégories de valeurs, mais encore faut-il aller plus avant dans l'explication de ce à quoi correspond la relation trilogique des ces catégories. Soit, ces valeurs sont bien distinctes, mais en quoi sont-elles reliées les unes aux autres dans une relation trilogique ? Nous dirons que la nature des relations entre ces catégories relève de la dialectique. *C'est dans une relation dialectique que ces catégories exercent le principe trilogique de leur mode d'existence.* Avant de décrire par étapes cette relation dialectique, il est sans doute nécessaire de formuler dès à présent l'expression synthétique de notre théorie.

¹⁰ Simondon, (1969)

Elle peut se résumer comme suit :

Soit une action collective, relevant par définition du mythe rationnel. Toute valeur visée qu'on saura lui rattacher, sera soit:

- une valeur objectale, relative aux valeurs relationnelles et politiques qu'elle valorise ;
- une valeur relationnelle, relative aux valeurs objectales et politiques qu'elle valorise ;
- une valeur politique, relative à la dynamique des objets et des relations qu'elle valorise.

3.1. – Sur le mode d'existence des valeurs objectales

Nous avons associé les valeurs objectales aux bienfaits, parce qu'il est d'usage de considérer les valeurs dans leur dimension positive. Une valeur est quelque chose que l'on désire, et le réflexe est de considérer que ce désir rime avec une chose bonne. Or il est évident que les valeurs objectales, peuvent être des moyens désirés d'atteindre d'autres valeurs, et qu'à cette fonction peut correspondre ce qu'on pourrait appeler des maux nécessaires. Nous verrons d'ailleurs que ces maux concernent également les relations. Ainsi, bien que nous n'en apprécions guère l'idée, il faut admettre que ces maux nécessaires peuvent accéder au statut de valeurs, ajoutons "négatives", au sein de notre théorie. Le pouvoir de nuisance dont est porteur un mouvement syndical, est ainsi revendiqué comme une valeur à défendre, tout comme le pouvoir de nuisance que peuvent avoir les journalistes, au nom de la liberté de la presse etc. La plus typique de ces valeurs étant celle que l'on désigne généralement par l'expression de "force de dissuasion", propre au domaine militaire.

Il faut donc distinguer les valeurs objectales positives : les bienfaits, des valeurs objectales négatives : les nuisances. Aux bienfaits, correspond le champ de ce qu'on pourrait appeler les figures du "bon", sachant qu'on ne présume pas à priori de ce qui est jugé comme bon. Parler de figures du bon, revient à dire qu'il existe des représentations partagées du bon, sans lesquelles les bienfaits ne seraient ni objectivables, ni partageables. Rappelons nous en effet du caractère éminemment subjectif des bienfaits. Seul le sujet est à même de formuler un jugement sur le bienfait de l'objet qu'il consomme. Mais ce jugement n'existerait pas sans l'apprentissage social et les constructions mentales qui l'autorisent. Il y a donc nécessairement

des référents "sociaux" aux jugements particuliers, que nous appelons des "figures du bon". Symétriquement, il existe des "figures du mauvais", qui se rapportent au pouvoir de nuisance que peuvent avoir les objets valorisés par le collectif.

Mais au regard de quoi peut-on juger la valeur d'un objet ? La réponse des économistes tombe comme un automatisme : la rareté. Mais que signifie la rareté, du point de vue de l'action collective, puisque c'est l'objet qui nous intéresse ? Elle signifie la mobilisation de plus de solidarités. Le temps et les énergies qu'il faut mobiliser collectivement, pour l'obtention des bienfaits s'accroît avec leur rareté. On peut donc dire dans cette perspective, que la valeur d'un objet dépend des solidarités qu'elles supposent pour leur acquisition, ou plus exactement que les bienfaits valorisent les solidarités grâce auxquelles on les consomme. On retrouve cet élément essentiel dans bien des jugements portés sur les objets. L'argument du temps passé à la fabrication ou celui des coopérations nécessaires à sa réalisation est presque toujours présent, et très souvent formulé explicitement. C'est ici le rôle central de la marque du point de vue de la valeur : la marque cherche à optimiser l'impact d'association entre des bienfaits et des solidarités. Ou plus exactement, elle institutionnalise cette association, pour développer la récurrence des échanges. C'est également le rôle du label. Il y a donc bien une relation dialectique entre valeur objectale et valeur relationnelle que nous allons continuer d'explorer avec le deuxième terme de la valorisation réciproque.

Mais avant cela, il nous faut travailler sur l'autre relation dialectique de valorisation réciproque qui concerne les objets : les valeurs politiques. On ne voit guère à priori, en quoi les valeurs politiques auraient à voir avec la valeur d'un objet. C'est pourtant un point essentiel qu'il faut souligner, car il témoigne de la pertinence du raisonnement trilogique en la matière. L'exemple le plus facile d'accès, même si il n'est pas le plus significatif, est celui de la bouteille de Coca-Cola, ou du hamburger Mac Donald. Il n'est pas possible de nier l'association d'idée qui unit la "bouteille de coca" à la conception française du modèle américain. Ainsi pouvons nous dire que le *mode de vie*, constitue le niveau référentiel des valeurs politiques qui conditionne les valeurs objectales. Car le consommateur ira parfois jusqu'à fortement exagérer le mauvais goût d'un Hamburger, par un simple jugement "réflexe" qui réfère directement à des valeurs politiques.

3.2. – Sur le mode d'existence des valeurs relationnelles

Tout comme pour les valeurs objectales, nous avons posé les valeurs relationnelles comme relevant à priori du positif. Or comme pour les valeurs objectales, les valeurs relationnelles ont également leur volet négatif. Mais quel peut-il être ? Nous avons bien vu qu'une relation vertueuse relève de la solidarité, mais comment qualifier une valeur relationnelle négative ? Nous avons déjà donné la réponse à propos de la charité, qui ne témoigne pas d'une interdépendance, mais davantage d'une dépendance. Une valeur relationnelle négative correspond à une dépendance, car pour que la répétition des événements rende prévisible l'engagement, sans qu'il s'agisse d'une interdépendance, il faut qu'il y ait dépendance. Nous avons donc d'un côté les solidarités qui font l'objet d'un jugement de valeur en référence, disons à des figures de l'union, et de l'autre des dépendances, qui font référence à des figures symétriques à celles de l'union. Mais comment pourrait-on les appeler ? Quelles peuvent être les figures de référence propres aux dépendances ? Nous avons dans un premier temps pensé à la notion de contrainte, pour souligner la relation de dépendance, mais l'interdépendance est également une contrainte. Il nous a alors semblé préférable d'utiliser la notion de *ségrégation*. En effet, ce qui fait de la dépendance une valeur relationnelle, qui inclut rappelons-le la dimension identitaire, c'est la possibilité de tirer profit de cette relation en tant que groupe social distinct. Il n'y a pas d'autre mot que la ségrégation. Les dépendances réfèrent donc à des *figures de la ségrégation*. Et dans un souci de symétrie, nous avons choisi de remplacer la notion d'union par celle d'agrégation. En effet du point de vue qui nous préoccupe, il n'y a pas de rupture de signification entre la notion d'union et celle d'agrégation. Nous dirons donc que les solidarités réfèrent à des *figures de l'agrégation*.

En quoi les valeurs relationnelles réfèrent-elles aux valeurs objectales et aux valeurs politiques ? Elles réfèrent aux premières, dans la mesure où elles n'ont une raison d'être qu'au regard des valeurs objectales auxquelles elles permettent d'accéder. Il n'y a pas un collectif qui tienne sans un objet qui légitime les engagements mutuels. Même la famille perd de sa signification si un minimum d'entraide matérielle ne vient pas témoigner du fait qu'elle est une solidarité. Mais au delà, les valeurs objectales renforcent également les valeurs relationnelles par la fonction de reconnaissance qu'elles peuvent jouer. Des vêtements aux objets techniques du quotidien, en passant par le type de services auxquels on est accoutumé, une multitude de signes concrets viennent signifier l'existence des valeurs relationnelles et de

fait, les renforcer. Ces valeurs réfèrent également à des valeurs politiques, car c'est l'existence de valeurs politiques qui garantit les conditions de validité des valeurs relationnelles. Par exemple sans le droit de grève, il n'y a plus de possibilité pour les syndicats de perdurer dans leur mode d'existence traditionnel. Le droit est donc très souvent le lieu d'enjeux importants s'agissant de la préservation des solidarités ou des dépendances. Mais au delà, l'exercice des solidarités se fait en référence à des philosophies de l'action qui les légitiment. Dès lors qu'un collectif solidaire présente les signes d'une déviance au regard des valeurs politiques qui le légitiment, (par exemple, les dirigeants d'une organisation humanitaire qui se prononce subitement contre le droit d'ingérence, alors que l'association avait été fondée sur ce principe), on dira du collectif qu'il n'est plus ce qu'il était, et les engagements solidaires en seront affaiblis.

3.3. – Sur le mode d'existence des valeurs politiques

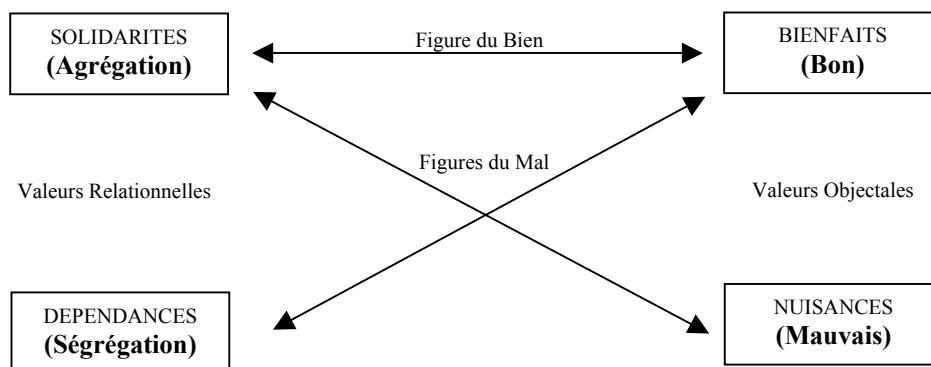
On ne peut pas dire des valeurs politiques qu'elles se scindent, comme les deux premières catégories, en une perspective positive et une perspective négative. Du fait du rôle intégrateur des valeurs relevant de cette catégorie, les valeurs politiques sont toujours positives au regard des sujets qui les valorisent. Elles constituent en effet des croyances en un horizon de progrès possible, qui leur interdit, nous semble-t-il, d'exister en tant que valeurs négatives. Mais en tant que promesse d'une dynamique vertueuse entre objets et relations, elles doivent tenir compte d'un certain nombre de contraintes et d'imprévus, pour les dépasser. Ce n'est qu'en prouvant qu'elles auront pu dépasser les difficultés de l'action pour perdurer dans la voie du progrès, que les valeurs politiques se renforcent. On entrevoit donc en quoi les valeurs "politiques" dépendent des deux premières catégories de valeurs.

Elles dépendent des valeurs relationnelles, car ce sont elles qui mettent en œuvre la politique. Il n'y a pas de valeurs politiques, sans valeurs relationnelles qui leurs correspondent. Toute valeur politique, au sens rationnel-mythique, est conditionnée par l'existence des figures d'acteurs, c'est à dire de rôles et de responsabilités. Or si les valeurs politiques ne sont pas incarnées par des collectifs concrets, porteurs de valeurs relationnelles, on se demande bien qui viendra les défendre. C'est pourquoi les valeurs politiques ne peuvent être que l'intégration dynamique des intérêts relatifs aux solidarités. C'est donc la préservation raisonnable des intérêts particuliers au bénéfice de l'intérêt général qui constitue l'une des fonctions

référentielles des valeurs politiques. Elles dépendent également des valeurs objectales, car la concrétude des intérêts particuliers ne se manifeste essentiellement que par les valeurs objectales qu'ils visent.

Figures du bien, figures du mal

Nous avons exposé les principales composantes de notre théorie et leurs relations. Il nous faut conclure cette présentation par la description des relations qui mènent à ce qu'on pourrait appeler les figures du bien et du mal, c'est à dire les configurations par lesquelles notre trilogie de la valeur définit le bien et le mal. Nous voulons ainsi montrer le niveau de généralité auquel peut aboutir cette théorie. L'idée simple, que nous avons schématisée à l'aide du graphique ci-après, peut être formulée comme suit : Lorsque les solidarités co-valorisent des bienfaits, nous dirons de la dynamique des valeurs qu'elle réfère à une figure du bien. Par contre, lorsque des bienfaits co-valorisent des dépendances, ou que des solidarités co-valorisent des nuisances, nous dirons que la dynamique des valeurs réfère à des figures du mal. Le lecteur n'aura aucun mal à se rappeler les nombreux exemples qui montrent combien tant les nuisances (ex : bœuf aux hormones) que les dépendances (ex : Nike) sont aujourd'hui l'objet d'une critique sociale significative, référant explicitement à des figures du mal (esclavagiste moderne, empoisonneur irresponsable ...).



Nous n'avons là, que la version exploratoire d'une théorie en gestation. Il est à prévoir qu'un bon nombre d'ajustements sera nécessaire, qui permettra de consolider sa cohérence, et d'affiner sa pertinence. C'est tout d'abord par un retour sur l'instrumentation du collectif, que nous commencerons un travail de mise à l'épreuve conceptuelle de la théorie, avant de mener une série d'études de terrain.

BIBLIOGRAPHIE :

BADIOU A. *L'être et l'événement*, Editions du Seuil, Paris, 1988

HATCHUEL A. (1992), *L'expert et le système*, Economica

HATCHUEL A. (1997) "Fondement des savoirs et légitimité des règles" in Reynaud & Dupuy, *Les limites de la rationalité - tome 2 : les figures du collectif*, La découverte

HATCHUEL A. (1998) "Comment penser l'action collective, Théorie des mythes rationnels" in Damien R. & Tosel R., *L'action collective : coordination, conseil, planification – Annales littéraires de l'université de Besançon*, vol. 653

POLANYI M. (1962), *Personal Knowledge*, Routledge

RABARDEL (1995), *Les Hommes et les Technologies*, Armand Colin

SENE I., *Ethique et Knowledge-Management, les cahier de recherche n°707*, Groupe HEC, Juillet 2000.

SENE I., *Les cibles instrumentales de l'intelligence stratégique*, Actes du congrès de l'AGRH 2003, Grenoble.

SIMONDON G. *Du mode d'existence des objets techniques*, Aubier-Montaigne, Paris, 1969

TOURPE E. (éd.), *Penser l'être de l'action*, Ed. Peeters, Leuven, 2000

VARELA F., *Connaître les sciences cognitives*, Seuil, Paris, 1989