



The Lab's Quarterly
Il Trimestrale del Laboratorio

2016 / A. III (n.s.) / n. 4 (ottobre-dicembre)

DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE
Università di Pisa

DIRETTORE

Andrea Borghini

COMITATO SCIENTIFICO

Massimo Ampola (Pisa), Gabriele Balbi (Lugano), Andrea Borghini (Pisa), Matteo Bortolini (Padova), Massimo Cerulo (Perugia), Marco Chiappesi (Pisa), Luca Corchia (Pisa), Franco Crespi (Perugia), Mariano Croce (Roma), Sabina Curti (Perugia), Gabriele De Angelis (Lisboa), Paolo De Nardis (Roma), Teresa Grande (Cosenza), Elena Gremigni (Pisa), Roberta Iannone (Roma), Mariano Longo (Lecce), Domenico Maddaloni (Salerno), Stefan Müller-Doohm (Oldenburg), Gerardo Pastore (Pisa), Gabriella Paolucci (Firenze), Vincenza Pellegrino (Parma), Massimo Pendenza (Salerno), Mauro Piras (Torino), Eleonora Piromalli (Roma), Walter Privitera (Milano), Cirus Rinaldi (Palermo), Vincenzo Romania (Padova), Angelo Romeo (Perugia)

COMITATO EDITORIALE

Luca Corchia (segretario), Massimo Cerulo, Marco Chiappesi, Elena Gremigni, Gerardo Pastore

CONTATTI

lq.redazione@gmail.com

Gli articoli della rivista sono sottoposti a un doppio processo di *peer-review*.

I componenti del Comitato scientifico sono revisori permanenti della rivista.

Le informazioni per i collaboratori sono disponibili sui siti della rivista:

http://dsslabs.sp.unipi.it/Sito/The_Lab's_Quarterly.html

<https://thelabsquarterly.wordpress.com/>

ISSN 1724-451X

© Dipartimento di Scienze Politiche
Università di Pisa

DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE

Università di Pisa

“The Lab’s Quarterly” (ISSN 1724-451X) è una rivista scientifica, riconosciuta dall’ANVUR per l’Area 14 – Scienze politiche e Sociali, il cui fine è contribuire all’indagine teorica ed empirica e costruire reti di conoscenza nella comunità degli studiosi e con il più vasto pubblico degli interessati.

I campi di studio riguardano le riflessioni epistemologiche sullo statuto conoscitivo delle scienze sociali, le procedure logiche comuni a ogni forma di sapere e quelle specifiche del sapere scientifico, le tecniche di rilevazione e di analisi dei dati, l’indagine sulle condizioni di genesi e di utilizzo della conoscenza e le teorie sociologiche sulle formazioni sociali contemporanee, approfondendo la riproduzione materiale e simbolica del mondo della vita: lo studio degli individui, dei gruppi sociali, delle tradizioni culturali, dei processi economici e fenomeni politici.

Un contributo significativo è offerto dagli studenti e dai dottori di ricerca, le cui tesi costituiscono un materiale prezioso che restituiamo alla conoscenza delle comunità scientifiche, affinché non vadano perdute.

Il fondatore
Massimo Ampola



The Lab's Quarterly
Il Trimestrale del Laboratorio

2016 / A. III (n.s.) / n. 4 (ottobre-dicembre)

TEORIE SOCIALI

Sabina Curti *La question de la "valeur" dans la Psychologie économique de Gabriel Tarde* 7

METODI E RICERCHE

Vincenzo Romania *CARRIERA, SUCCESSO E MOBILITÀ ACCADEMICA. ERVING GOFFMAN E LA SECONDA SCUOLA DI CHICAGO* 29

Claudia Giorleo *FEMEN E FEMMINISMI IN EUROPA. UNA PRIMA PROPOSTA DI ANALISI* 57

Silvia Cavallini *IL PERCORSO "MAGISTRALE". GLI STUDENTI ANALIZZANO LA PROPRIA ESPERIENZA DI STUDIO* 77

RICERCHE BIBLIOGRAFICHE

Luca Corchia *PER ORIENTARSI NELL'INTERAZIONISMO SIMBOLICO CONTEMPORANEO* 153

DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE
Università di Pisa

LA QUESTION DE LA “VALEUR” DANS LA PSYCHOLOGIE ECONOMIQUE DE GABRIEL TARDE

di Sabina Curti*

Indice

Introduction	8
1. L’interpsychologie économique: de l’unilatéral au réciproque	9
2. Une nouvelle théorie de la valeur (Marcel Mauss et Georg Simmel)	13
3. La valeur dans la perspective de Gabriel Tarde	16
4. Une petite parenthèse: prestige et suggestion	20
5. Les trois catégories et les trois facteurs de la valeur	21
5.1. <i>Première question: Qu’est-ce que la valeur? Et comment la mesurer?</i>	21
5.2. <i>Deuxième question: D’où vient la valeur?</i>	23
5.3. <i>Troisième question: Pourquoi existe-t-il a un rapport si particulier et subtil entre la valeur et l’opinion de masse?</i>	23
6. «Je désire, je crois, donc j’ai plus ou moins de valeur»	24
Remerciements	25
Bibliographie	25

* SABINA CURTI è ricercatrice di Sociologia giuridica, della devianza e del mutamento sociale presso l’Università degli Studi di Perugia. Da alcuni anni si occupa del pensiero di Gabriel Tarde, del quale ha tradotto e curato in Italia: *Il tipo criminale. Una critica al “delinquente-nato” di Cesare Lombroso*, Ombre Corte, 2010; *La morale sessuale*, Armando, 2011; *Lo spirito di gruppo*, Orthotes, 2015. Tra i saggi, sempre sullo stesso autore, si ricordano: *Il sonno dogmatico. Folla, pubblico e società in Gabriel Tarde*, in S. Curti, E. Moroni (a cura di), *La folla. Continuità e attualità del dibattito italo-francese*, OGE, 2011, pp. 85-111; *Folla, prestigio e suggestione. Un confronto tra Gabriel Tarde e Gustave Le Bon*, in S. Prinzi (a cura di), *Attualità di Gabriel Tarde: sociologia, psicologia e filosofia*, Orthotes, 2016, pp. 79-104.

E-mail: sabina.curti12@gmail.com; sabina.curti@unipg.it

INTRODUCTION

«Méconnaître ce caractère vraiment quantitatif,
sinon mesurable en droit et en fait,
du pouvoir, de la gloire, de la vérité, de la beauté,
c'est donc aller contre le sentiment constant du genre humain
et donner pour but à l'effort universel une chimère».
(Tarde, 1902, t. 1, 67).

Le terme «valeur» appartient d'abord au domaine et au langage économique. Dans tous les champs, la valeur concerne l'évaluation d'un bien ou d'un individu et l'attribution d'une *valeur* (à quelque chose ou à quelqu'un) en partant d'une considération subjective. Depuis longtemps l'économie politique a été le champs privilégié du savoir qui détermine une valeur, qui établit un prix, qui exprime une évaluation, qui quantifie un jugement ou une opinion. Il est vrai que le mot «valeur» a été utilisé d'abord en économie – et c'est seulement dans un second temps que la philosophie et les sciences humaines se sont intéressées à cette question en introduisant celle de la valeur «sociale» ou, tout simplement, de l'évaluation de l'opinion d'un sujet sur un autre.

Pour le dire autrement, si l'on parle aujourd'hui de valeur, on est contraint de réfléchir à la relation conflictuelle entre l'économie et les sciences sociales. Selon la perspective de Gabriel Tarde, la question de la valeur ne renvoie pas à l'économie et aux sciences sociales comme à deux disciplines et deux champs différents et opposés car il existe une curieuse convergence entre les deux: la valeur peut être mesurée parce qu'elle est intersubjective, inter psychologique et réciproque.

On analyse habituellement la question de la valeur sociale en passant de l'économie à la sociologie et à la psychologie. Or, il est tout à fait intéressant d'observer que Tarde procède à l'inverse: il applique son système philosophique et sociologique à l'économie. D'une certaine manière, cela a pour conséquence la modification de nos idées à propos de l'économie et de la valeur.

Dans les pages suivantes, on se propose d'analyser la valeur dans la perspective tardienne, à partir de son interpsychologie économique. Il faudra en premier lieu considérer la valeur sociale dans le cadre des principes de son système sociologique en général, d'abord dans *Les lois de l'imitation* et *Philosophie pénale* (1890), ensuite dans *Monadologie et sociologie* (1893); en second lieu, il faudra éclaircir sa conception de la valeur dans l'un des ses derniers ouvrages, la *Psychologie économique*

(1902), dans lequel elle acquiert une direction nouvelle et originale. Une direction qu'il vaut la peine d'analyser aussi par rapport à la société contemporaine.

1. L'INTERPSYCHOLOGIE ECONOMIQUE: DE L'UNILATERAL AU RECIPROQUE

Il faut définir ce que Tarde entend par psychologie inter spirituelle – car même la psychologie économique est inter spirituelle. Sans une compréhension exacte de cette perspective psychologique, il est impossible de saisir le rapport entre économie et société chez Tarde, et donc le rôle qu'y occupe la *Psychologie économique* pour comprendre la valeur sociale. En outre, si l'on ne comprend pas le sens du terme «inter-spirituelle» chez Tarde, on ne peut cerner la nature de la valeur dans sa pensée.

On trouve dans certains de ses principaux ouvrages des passages très clairs concernant ce qu'on peut appeler l'interpsychologie tardienne.

Dans un passage décisif de l'avant-propos de *L'opinion et la foule*, Tarde marque la différence entre la psychologie collective (ou psychologie des foules) et sa psychologie inter spirituelle en prenant peut-être aussi ses distances avec Gustave Le Bon (Curti, 2016, 83-108) et Émile Durkheim (Lazzeri, 2016). Il vaut la peine de relire ce passage:

L'expression psychologie collective ou psychologie sociale est souvent comprise en un sens chimérique qu'il importe avant tout d'écarter. Il consiste à concevoir un esprit collectif, une conscience sociale, un nous, qui existerait en dehors ou au-dessus des esprits individuels. Nous n'avons nul besoin, à notre point de vue, de cette conception mystérieuse pour tracer entre la psychologie ordinaire et la psychologie sociale – que nous appellerions plus volontiers inter-spirituelle – une distinction très nette. Pendant que la première, en effet, s'attache aux rapports de l'esprit avec l'universalité des autres êtres extérieurs, la seconde étudie, ou doit étudier, les rapports mutuels des esprits, leurs influences unilatérales et réciproques – unilatérales d'abord, réciproques après (Tarde, 1989, 6)¹.

Il faut se souvenir que nous sommes en 1901, un an avant la publication de *Psychologie économique* (1902) et trois ans avant la mort de Tarde (1904) – c'est à dire au moment de l'achèvement de l'œuvre. Le passage est donc fondamental.

Dans sa *Psychologie économique*, Tarde place de nouveau sa psychologie inter spirituelle au cœur de son discours sur l'économie politique.

¹ Sur la psychologie sociale de Gabriel Tarde, cfr. MATAGRIN (1910).

On retrouve toujours, chez lui, la primauté logique de l'inter psychologique sur l'intra psychologique. Il écrit ainsi:

la société est un tissu d'actions inter-spirituelles, d'états mentaux agissant les uns sur les autres, mais non pas de n'importe quelle manière. Chaque action inter-spirituelle consiste dans le rapport entre deux êtres animés – d'abord la mère et l'enfant – dont l'un *impressionne* l'autre, dont l'un enseigne ou dirige l'autre, dont l'un parle à l'autre qui écoute, dont l'un, en un mot, *modifie* l'autre *mentalement*, avec ou sans réciprocité (Tarde, 1902, t. 1, 2).

Mais ce n'est pas tout. Déjà, dans *Monadologie et sociologie*, comme dans *Les lois de l'imitation*, il se demandait: «Qu'est-ce que la société?». Et il répondait par l'explication suivante:

On pourrait la définir à notre point de vue: la possession réciproque, sous des formes extrêmement variées, de tous par chacun. La possession unilatérale de l'esclave par le maître, du fils par le père ou de la femme par le mari dans le vieux droit n'est qu'un premier pas vers le lien social. Grâce à la civilisation croissante, le possédé devient de plus en plus possesseur, le possesseur possédé, jusqu'à ce que, par l'égalité des droits, par la souveraineté populaire, par l'échange équitable des services, l'esclavage antique, mutualisé, universalisé, fasse de chaque citoyen à la fois le maître et le serviteur de tous les autres (Tarde, 1983, 43).

En 1927, Charles Blondel montrait que le principe du mouvement de l'unilatéral au réciproque conduit Tarde au processus inverse (Blondel 1927; Karsenti, 1993, XVIII). Tout, dans la sociologie tardienne, est déjà réciproque ou social: l'individu et la société, la psychologie comme l'économie. Encore une fois, l'interpsychologie manifeste une primauté sur l'intra psychologie: «un phénomène psychologique ne renvoie jamais à quelque chose d'individuel ou d'intérieur au sujet – ce qu'il appelle alors “intra-psychologique”, – mais toujours à ce qui est le plus social en nous – qu'il appelle, pour cette raison, “inter-psychologique”» (Latour, Lépinay, 2008, 19). Même si Tarde utilise indifféremment le mot “esprit”, “cerveau”, “monade”, il distingue toujours précisément la psychologie individuelle et l'interpsychologie:

Qu'il parle d'«esprit» (avec ses connotations «spiritualistes») ou de «cerveau» (avec ses connotations physico-biologiques), ce sont bien les dynamiques propres à la *mens* humaine qui font l'objet de ses analyses. Plus précisément encore, on vient de le voir, c'est aux *rappports inter-constitutifs entre mentes humanae* qu'il consacre son investigation, laquelle relève dès lors davantage de l'*inter-psychologie* que de la psychologie habituelle (Citton, 2008, 5).

Ces trois citations concernant l'idée d'interpsychologie, prises dans les trois ouvrages de Tarde (*L'Opinion et la foule*, *Psychologie économique*, *Monadologie et sociologie*) sont loin d'être isolées. Toute la production scientifique tardienne est traversée par ce principe de l'unilatéral au réciproque – où l'unilatéral et le réciproque sont à la fois des phénomènes différents mais aussi des phases d'un même phénomène. Ce n'est pas par hasard que le dernier chapitre de *Les lois de l'imitation* constitue un résumé très important concernant le passage de l'unilatéral au réciproque, et concernant la distinction entre le réversible et l'irréversible dans l'histoire. Il faut rappeler que ce principe représente le point de départ des recherches tardiennes dans plusieurs textes.

Tarde applique le passage de l'unilatéral au réciproque, les processus d'invention et d'imitation, les flux de croyances et de désirs, ainsi que ceux de répétition, d'opposition et d'adaptation, aux différents champs, et en particulière au champ économique. Dans l'*Avant-propos de Psychologie économique*, il écrit qu'il s'agit là de «l'application au domaine économique» et il ajoute «ce me semble, la confirmation d'idées générales que j'ai depuis longtemps exposées» (Tarde, 1902, t.1, 9). C'est en effet dans cet ouvrage que l'on peut trouver une réflexion intéressante concernant la question de la valeur dans la sociologie tardienne. Si dans ses premiers travaux elle est liée à la question du prestige et de la suggestion, d'une manière que l'on pourrait définir comme typiquement qualitative, à l'inverse, dans *Psychologie économique*, Tarde tente de quantifier cet aspect qualitatif; il explique ainsi la dimension inter-psychologique ou intersubjective de l'action et du phénomène économique². S'il est possible par exemple, de mesurer les changements du prix du pain, on pourra aussi bien calculer le prestige des hommes politiques par le *glorionètre* (Tarde, 1902, t.1, 56-57). Yves Citton perçoit ici une convergence entre la *Géométrie des Passions* de Spinoza et une *Économie des Affects* de Tarde: «Tarde poursuit l'entreprise d'élucidation proposée par Spinoza (à la suite de Descartes, et de tout la tradition des moralistes classiques): là où l'auteur de l'*Éthique* se présentait comme le *Géomètre des Passions*, 'considérant les actions et les appétits humains comme s'il était question de lignes, de plans et de corps solides' (E III, Préface), Gabriel Tarde se propose d'être l'*Économiste des Affects*» (Citton, 2008, 8). Tarde montre ainsi que les économistes n'ont pas assez quantifié (Latour, Lépinay, 2008, 24), que l'économie est la science des intérêts passionnés (Ivi, 42),

² Il faut rappeler que *Psychologie économique* est composée d'une "partie préliminaire" et "trois livres" (1. La répétition économique; 2. L'opposition économique; 3. L'adaptation économique). La partie préliminaire traite et introduit surtout à l'interpsychologie, en soulignant son importance au point de vue et à l'intérieur de l'économie politique.

et qu'il est possible de construire une économie politique des affects et du sensible (Lazzarato, 2001, 2004), donc une psychologie économique.

L'expression "psychologie économique" a été utilisée, pour la première fois, par Tarde dans un article de la *Revue Philosophique* (1881), où il traite des rapports entre psychologie et économie politique. Cependant, selon Stanko Ilic, les économistes de l'époque n'ont pas considéré la pensée de Tarde comme digne d'intérêt. Personne, en effet, à l'époque n'a prêté attention à cet ouvrage. En revanche, on a assisté depuis longtemps en France à une évolution de la psychologie économique qui est progressivement devenue un authentique champ de recherche spécifique (Stanko, 2013, 11) et aujourd'hui l'œuvre de Tarde dans son ensemble a fait l'objet d'une redécouverte³. Bruno Latour et Vincent Antonin Lépinay consacrent à l'anthropologie économique de Tarde une longue introduction⁴.

Psychologie économique constitue la dernière monographie de Tarde, qui se compose de deux tomes. Ce livre est la réélaboration de ses cours au Collège de France de 1900-1901 et, ainsi qu'on l'a déjà mentionné, des différents articles publiés dans la *Revue philosophique* et dans la *Revue d'économie politique*. Tarde voulait intituler ce travail *Cours d'interpsychologie économique*. Dans *Psychologie économique*, il aborde, plus concrètement et d'une autre manière, la question de la valeur: celle-ci est surtout liée à celle de la « production de la valeur ». Tant dans son sens actif (j'évalue quelqu'un) que passif (je suis évalué par quelqu'un), la valeur sociale consiste en une évaluation entre individus, ou d'un individu par un autre: elle est l'explicitation d'une *production de valeur* (jugement, opinion, etc.) – de quelque chose que l'on possède ou non. Mais, de quelle valeur s'agit-il? Et surtout, la production de la valeur – en tant que résultat de l'échange social⁵ – dépend-elle des caractéristiques de la chose échangée ou de celles des individus qui l'échangent?

³ Voir les rééditions de *Les empêcheurs de penser en rond* (Paris) de ses travaux [de 1999 à 2004]. Respectivement en 2000 et 2001, deux revues sont été consacrées à la pensée de Tarde: il s'agit du n° 3, en l'an 2000, de la *Revue d'Histoire de Sciences Humaines* et du n° 7, en 2007, de la revue *Multitudes*.

⁴ Les auteurs soulignent que, puisque les deux tomes du livre sont téléchargeable sur le site canadien "Les classiques des sciences sociales", il était nécessaire et plus utile de publier une introduction à part (Bruno Latour, Vincent Antonin Lépinay, 2008) ainsi que leur sélection de passages du texte sur un autre site internet (www.bruno-latour.fr) plutôt que de publier tout l'ouvrage chez un éditeur.

⁵ On ne peut pas parler d'une théorie de l'échange chez Tarde. Cependant, Tarde aborde l'échange en soulignant qu'il s'agit d'une notion économique, contrairement au don et au vol. Cependant, il démontre que l'échange économique et l'échange intellectuel et moral ne peuvent être séparés: «comme ce libre-échange intellectuel et moral sert toujours tôt ou tard d'accompagnement au libre-échange économique, on en peut dire autant de celui-ci, qui, s'il pouvait être séparé de l'autre, serait ordinairement aussi inefficace qu'inoffensif. Mais, je le répète, il sont inséparables» (1920, 61).

2. UNE NOUVELLE THEORIE DE LA VALEUR (MARCEL MAUSS ET GEORG SIMMEL)

Les théories de l'échange (*exchange theory*), comme celles de George Casper Homans et de Peter Blau, trouvent leur origine dans les modèles utilitaristes de l'économie du marché, le schéma stimulation-réponse du behaviorisme (Skinner), la théorie des jeux (von Neumann et Morgenstern), la théorie de la prise de décision (Simon, Lindblom) et le fonctionnalisme (Parsons), mais aussi dans l'*Essai sur le don* de Marcel Mauss et la *Philosophie de l'argent* de Georg Simmel.

Les analyses de Mauss comme celles de Simmel ont été influencés, directement et indirectement, par l'économicisme matérialiste de Karl Marx. Mauss, qui contrairement à Simmel se situe dans le domaine anthropologique, a peut-être connu Marx par les critiques que lui adresse Durkheim et par les textes. Simmel, en revanche, en se référant à la tradition sociologique qui lui est contemporaine, forge les catégories de l'«objectivation» et de l'«argent» pour comprendre la crise de la modernité. Il importe de prendre en considération ces deux positions afin d'opérer un parallèle avec celles de Tarde en ce qui concerne l'idée de valeur comme échange et donc comme «production» de valeur.

Le concept d'échange chez Mauss diffère de celui de Marx, en raison de leur différence de position concernant l'idée de «marchandise» ou de «chose». Dès le début de *Le Capital*, Marx soutient que la marchandise ou la chose peut avoir une «valeur d'usage» ou une «valeur d'échange». La première réside dans la *quantité spécifique* à travers laquelle une marchandise satisfait un besoin; la deuxième est la *quantité de travail* socialement nécessaire pour produire une marchandise. Chez Marx, donc, la valeur de la marchandise ou de la chose échangée correspond à la quantité de temps nécessaire pour la produire⁶.

L'explication de la différence entre la conception de la marchandise ou la chose chez Marx et Mauss, réside dans le fait que si chez Marx il s'agit de la *quantité de travail*, chez Mauss cela s'appelle le *hau*. Mauss montre que, dans le droit maori, lorsqu'on échange ou donne quelque chose, cela contient quelque chose de celui qui l'a échangée ou donnée. Le *hau*, ou l'esprit de la chose donnée, poursuit ainsi tous les détenteurs.

En substance, la valeur de la marchandise ou de la chose, dans les

⁶ Il faut observer que, pour Marx, la valeur et le prix d'une marchandise ne sont pas la même chose: la valeur de l'échange dépend de la quantité de travail nécessaire à la production de la marchandise, le prix dérive toujours du jeu de l'offre et de la demande de la marchandise. Pour Simmel, au contraire, la valeur est le prix puisque celui-ci exprime ce que l'individu est prêt à payer, ce qu'il veut «sacrifier», pour obtenir la marchandise qu'il désire.

sociétés de Samoa et de Nouvelle Zélande, ne correspond pas au temps de travail employé pour la produire, mais à l'essence spirituelle ou à l'âme de la chose même. Cependant, offrir quelque chose à quelqu'un signifie aussi donner quelque chose de soi. Ainsi, recevoir quelque chose de la part de quelqu'un signifie accepter quelque chose qui appartient à son esprit (Mauss, 1923-14)⁷. Mauss montre que dans le don il n'y a rien de gratuit: on est obligé de rendre.

Dans le don, le système d'échange s'appelle "*Potlatch*" – ce qui signifie: «système des prestations totales», c'est-à-dire un système d'échange non seulement des biens économiques, mais aussi «des politesses, des festins, des rites, des services militaires, des femmes, des enfants, des danses, des fêtes, des foires dont le marché n'est qu'un des moments, et où la circulation des richesses n'est qu'un des termes d'un contrat beaucoup plus général et beaucoup plus permanent» (*Ibidem*). Pour Mauss, le don coexiste avec le marché. On sait que dans le quatrième et dernier chapitre de *l'Essai sur le don*, Mauss considère la morale et l'économie comme deux composantes du social ou, mieux, du «comportement humain total» (Karsenti, 1994, 1997).

Comme Mauss, qui concernant l'échange dans la société précapitaliste, insère l'économie à l'intérieur de la culture, Simmel, dans la même optique, tente une re-personnalisation ou une re-subjectivation de l'échange économique. Autrement dit, pour Simmel l'élément qui produit la valeur dans l'échange ne dépend pas des caractéristiques de la chose – le temps de travail nécessaire pour la produire (Marx) ou l'esprit de la chose même (Mauss) – mais des valeurs subjectives que les partenaires de l'échange attribuent à la chose. La valeur de l'échange appartient aux individus qui y participent. L'échange devient le symbole de la relation et de l'interaction entre les individus: l'échange est une forme sociale.

De ce point de vue, Simmel est très proche de Mauss, mais, indirectement, et tout en partant de la théorie de la valeur-travail de Marx, il refuse cette dernière. La réflexion de Simmel est proche de Mauss, parce

⁷ Alain Caillé a relu la théorie du don de Mauss dans la perspective de la société actuelle, afin de dépasser le conflit entre économie, d'une part, et société, d'autre part. Sa thèse, sans tomber dans les positions individualiste et holiste, réside dans une ré-personnalisation de l'échange vise à engendrer une «socialité secondaire». Les relations d'échange se réalisent entre individus et non entre fonctions. Alain Caillé, à travers Mauss, introduit le tiers paradigme du don; ce dernier, en tant que forme d'échange différente de celle de l'échange économique *stricto sensu*, implique une conception différente de la marchandise ou de la chose échangée et représente le vrai ciment des relations et des liens sociaux (Voir la «Revue du MAUSS» – Mouvement Anti-Utilitariste dans les Sciences Sociales, et Caillé, 2000).

qu'elle affirme que le motif et le but de l'échange appartiennent aux éléments extra-économiques typiques de la subjectivité. On parvient à la même considération dans l'étude de Mauss sur le don : le don, avec sa dynamique «donner-recevoir-rendre», n'engendre pas une nouvelle production de valeur, mais prolonge dans le temps la relation entre l'individu qui donne et celui qui reçoit. Le don engendre ainsi une nouvelle forme de socialité. Chez Simmel, cependant, la subjectivité de l'échange réside dans une évaluation des choses de la part des individus et non dans la présence d'un esprit dans les choses échangées ou données. Simmel fait valoir une conception différente de la relation d'échange: l'échange est toujours social et relationnel puisqu'il réside dans une évaluation subjective de la part de l'individu (c'est lui qui désire, qui choisit, etc.).

Simmel prend ainsi ses distances avec la théorie de la valeur des systèmes socialistes, où un individu n'incorpore dans l'échange que son travail (Simmel, 1987). En effet, dans le champ économique, les théories de la valeur se réduisent à deux: celle de la valeur-travail et celle de la valeur-utilité. Dans la théorie marxiste, à l'intérieur du concept de travail, on ne distingue pas le travail manuel du travail intellectuel. Pour Simmel, la valeur découle de la réciprocité interne à l'échange. Il soutient que dans le travail on rémunère, soit la force physique (travail manuel), soit la force psychique (travail intellectuel), or sans celle-ci, celle-là n'existe pas. La valeur de la chose comme celle de sa possession dépendent des conditions psychologiques, c'est-à-dire des sentiments que l'on éprouve lorsqu'on peut posséder la chose désirée⁸. Donner ou recevoir quelque chose veut dire éprouver des sentiments. Ce n'est donc pas le besoin qui détermine la valeur, mais le *désir*. Ce qui confère une valeur à la chose, ce qui confère la valeur ou qui fait évaluer l'échange social c'est le désir de la chose de la part de l'individu. La valeur ne réside pas dans la chose même, mais dans la comparaison réalisée par l'individu entre des choses diverses. Simmel insiste fortement sur les éléments psychologiques et moraux de l'échange. On comprend dès lors que la valeur est une question «psychologique» liée au choix de l'individu.

On parvient ainsi, avec la sociologie Simmelienne, à dépasser l'objectif principal et la limite que s'impose l'économie politique: objectiver l'échange, tout réduire à la quantité et à l'objet, faire de l'économie une science supérieure aux sciences sociales parce qu'elle réduit l'échange

⁸ Il est évident que Simmel, dans son analyse de la modernité, est plus attentif aux processus de consommation qu'à ceux de production. On retrouve une attention semblable chez Tarde: «La consommation n'est pas seulement besoin, elle est jugement» (1902, t. 2, p. 12).

entre personnes à l'échange entre choses, dans lequel la seule valeur mesurable est la richesse. Chez Simmel en revanche, mais aussi comme on le verra surtout chez Tarde, la valeur réside dans les différentes relations d'échange et dans la production de réciprocité subjective⁹. Autrement dit : évaluer quelque chose ou quelqu'un constitue une évaluation qui correspond à l'*attribution* d'une valeur, et donc à une quantité sociale qui peut être mesurée par rapport à son plus ou moins grand rayonnement imitatif, à sa plus ou moins forte expansion chez les individus et dans les publics. La réciprocité subjective, dans la perspective tardienne, peut être dénommée «dimension inter psychologique»; évaluer quelque chose ou quelqu'un signifie lui attribuer une capacité, une compétence, une considération et une opinion qui peut être mesurée parce qu'elle devient partagée par propagation.

3. LA VALEUR DANS LA PERSPECTIVE DE GABRIEL TARDE

Simmel connaissait Tarde. En parcourant la bibliographie sur Tarde (Curti, 2015, 71-119), on peut retrouver les quelques pages que Simmel consacre à l'œuvre tardienne (Simmel, 1891, tr. fr. 2008, 33-34; Simmel, 1894, 306-310). Il est important de souligner que *Philosophie de l'argent* de Simmel est publiée en 1900 alors que *Psychologie économique* paraît en 1902. Il est certain aussi que l'on peut comparer les conceptions de Tarde et de Simmel concernant le paradigme inter psychologique qu'ils mettent en œuvre dans un champ sociologique entièrement dominé à l'époque par la pensée d'Émile Durkheim (Letonturier, 2005, 41-50; Bor-sari, 2013, 391-415). Cependant, en reprenant l'argumentation ci-dessus et à la lumière des positions de Mauss et de Simmel, on constate que la théorie de la valeur de Tarde présente une consonance avec elles mais qu'elle introduit des éléments originaux en décalage avec celles-ci.

Comme Mauss et Simmel, Tarde n'accepte pas l'idée d'un conflit entre économie et société. Les économistes ont incorporé l'invention dans le travail, ils n'ont pas distingué entre capital matériel et capital intellectuel¹⁰. Ils se sont considérés comme des savants uniques et originaux, parce qu'ils ont considéré la richesse comme l'unique valeur (ou quantité sociale) mesurable. Tarde démontre en revanche que la gloire, ainsi que la vérité, la beauté, ou le pouvoir sont tout aussi mesurables: «de fait, il

⁹ En effet Simmel et Tarde sont à l'origine d'une perspective intersubjective en sociologie, perspective qui sera reprise avec des modifications et en introduisant un nouveau langage par l'interactionnisme symbolique de Mead George Herbert et d'autres auteurs.

¹⁰ De ce point de vue, la critique tardienne à l'égard de l'économie politique et au marxisme se révèle semblable à celle de Simmel.

n'est rien, en fait de valeur sociale, ni vérité, ni pouvoir, ni droit, ni beauté quelconque, qui ne puisse être envisagé comme richesse, comme ayant une valeur vénale» (1902, t. 1, 54).

Chez Tarde, la valeur n'appartient pas à la chose ou à son esprit. «La notion de valeur s'étend d'abord à *toutes les évaluations de croyance et de désir*» (Latour, Lépinay, 2008, 22). Tarde écrit: «il est facile de voir que la vérité et l'utilité mènent le monde social, comme la *croyance* et le *désir*, auxquels elles correspondent et dont elles sont faites, mènent l'individu» (1902, t. 1, 52). Pour Tarde, la valeur est toujours une qualité que l'on attribue aux choses et aux personnes; c'est pour cela qu'elle peut toujours augmenter ou diminuer sans changer de nature. Et c'est pour cela qu'elle est subjective et mesurable. Tout ce qui est subjectif, chez Tarde est inter psychologique, car ce qui est réciproque succède toujours à ce qui est unilatéral. Il faut alors souligner trois éléments importants: 1. la valeur est l'attribution d'une qualité qui possède une nature inter psychologique; 2. cette qualité, en passant de l'unilatéral au réciproque, par le rayonnement imitatif, devient une quantité sociale; 3. chaque quantité sociale (non seulement l'utilité, mais aussi la vérité et la beauté – comme on le verra plus loin) est mesurable.

En ce qui concerne la constitution de la valeur ou, si l'on veut, la valeur de la valeur, il existe en effet chez Tarde deux passages intéressants qui témoignent de l'originalité de sa position.

Premier passage : la production d'une valeur (jugement, opinion, etc.) dépend de l'invention et non du travail (Lazzarato, 2001, 40).

Deuxième passage: la production d'une valeur n'existe que lorsque l'invention est imitée et reprise. Dans le cas contraire, l'invention ne produit pas de valeur ou de quantité sociale (Ivi, 42). Le meneur, le journaliste, l'artiste deviennent prestigieux (ils sont évalués) si leurs découvertes et leurs inventions sont imitées ou reprises. Ainsi, *à travers l'imitation, la valeur d'une invention se transforme de qualité psychologique en quantité sociale*. Telle est l'origine de la valeur chez Tarde.

Mais il y a plus. Tarde unit trois catégories de valeurs – la *valeur-vérité*, la *valeur-utilité*, et la *valeur-beauté* – et il examine dans chacune d'entre elles trois facteurs combinés entre eux – *le grand nombre*, *le poids social*, *l'intensité de la croyance* – qui exercent une influence ou constituent la quantité sociale (1902, t. 1, 52). Les trois facteurs peuvent se présenter comme des caractéristiques quantitatives, c'est-à-dire sous la forme d'un «plus ou d'un moins».

Cela étant, dans le cas de la valeur-vérité (qui représente le domaine de la connaissance), le plus ou moins grand degré de vérité d'une idée signifie: «le plus ou moins grand nombre, le plus ou moins grand poids

social (ce qui ce qui veut dire ici *considération*, compétence reconnue des personnes qui s'accordent à l'admettre, et le plus ou moins d'intensité de leur croyance en elle» (*Ibidem*). Dans celui de la valeur-utilité (c'est-à-dire dans le champs de l'économie), le plus ou moins grand degré d'utilité d'un produit est: «le plus ou moins grand nombre de gens qui le désirent, dans une société donnée et en un temps donné, le plus ou moins grand poids social (ici poids veut dire pouvoir et droit) de ces personnes, et le plus ou moins d'intensité du désir qu'elles en éprouvent» (*Ibidem*). Enfin, en ce qui concerne la valeur-beauté (donc l'esthétique) on rencontre «le plus ou moins grand nombre d'individus qui se plaisent à la vue ou à l'audition de cette œuvre, de cet être, le plus ou moins grand poids social (c'est-à-dire ici goût et culture du goût) de ces personnes, et le plus ou moins d'intensité ou de finesse de leur plaisir» (*Ibidem*).

En outre, chez Tarde, les trois valeurs et les trois facteurs dépendent de l'opinion de la masse: il s'agit là d'un élément crucial et actuel de l'argumentation tardienne. En effet, Tarde confère à la presse un rôle très important en ce qui concerne les degrés d'accroissement ou de diminution de la valeur, donc des jugement collectifs que l'on prononce sur une chose ou un individu. Pour le dire autrement, ces facteurs (le nombre, le poids social, l'intensité de la croyance) augmentent ou diminuent par rapport au rayonnement imitatif. Il faut le répéter: qu'il s'agisse d'une chose ou d'un individu, dès lors que la valeur présente de nombreux degrés d'accroissement ou de diminution, elle constitue une quantité (Ivi, 51-52).

Dans *Les loi de l'imitation*, donc déjà en 1890, Tarde se demande comment il est possible que les économistes aient pu penser à construire des théories de la valeur sans considérer l'imitation. Il ne se borne pas à refuser le concept de valeur-travail. Il affirme que sans l'invention *avant*, et sans l'imitation ou la répétition *après* (c'est-à-dire, les influences modificatrices de la mode et de la coutume), il n'y a pas de quantité, de valeur, de monnaie – en un mot, il n'y pas d'économie (Tarde, 1890, 41). Ce point est décisif: Tarde considère la valeur comme une quantité sociale, et par «quantité» il entend similitude, imitation, répétition; autrement dit, la quantité est le résultat d'un parcours de vibration-génération-imitation. Sans vibration-génération-imitation, ou sans un mouvement périodique qui étend l'intensité d'un phénomène, il n'y a pas de quantité; il n'y a donc pas de mathématique et pas d'économie et pas non plus de valeur sociale dans notre discours. *Toute évaluation (positive ou négative) de l'autre ou de soi-même n'est possible qu'à partir d'une dimension unilatérale (l'invention) qui devient réciproque (l'imitation)*. En effet, l'invention répétée produit l'imitation, et c'est ainsi que se construit une quantité sociale qu'on peut aussi appeler «valeur sociale». L'homme

prestigieux, celui qui a du succès, celui qui est reconnu comme meneur, père, enseignant ou maître, est toujours celui qui a introduit une initiative individuelle imitée. Mais c'est seulement lorsque son invention a été imitée que l'on assiste à la constitution et à la production de la valeur – flux de croyances et désirs, d'opinions et de conversations.

Comme chez Simmel, la valeur selon Tarde constitue une dimension psychologique – qui concerne le désir et la volonté. Plus précisément, cependant, il s'agit d'une dimension inter-psychologique. La valeur ne réside pas dans le travail ou dans la richesse, mais dans l'entrelacement de l'invention et de l'imitation; elle ne réside pas dans une quantité de temps ou d'utilité mais dans une échelle de grandeurs d'idées et de créations. Cela permet, en effet, de mesurer et de maintenir ensemble des activités économiques, intellectuelles et esthétiques quelconques. Elle réside, surtout, dans une rencontre entre invention et imitation, entre croyance et désir – *la valeur sociale* (attribution ou réception d'une valeur, d'un jugement ou d'une opinion) *est le résultat dans un esprit, un cerveau, ou une monade (c'est-à-dire, un individu) des flux d'opinions, de conversations, de la mode et de la coutume, des influences modificatrices logiques et surtout extra-logiques. La valeur, du point de vue actif ou passif – on peut le dire aussi en ce qui concerne le prestige et l'obéissance – se construit dans le passage de l'unilatéral au réciproque.* En outre, le réciproque, ainsi que la multiplicité des influences sociales qui produisent de la valeur, *peuvent être mesurés* parce qu'il existe une intensité, soit au niveau de l'invention, soit au niveau de la répétition ou de l'imitation.

Si la valeur sociale réside dans l'«attribution d'une valeur» à un individu par un autre, chez Tarde, «évaluer» quelqu'un signifie «amplifier», au sens de «répéter» et de «faire circuler», une appréciation et une considération relatives à cet individu. En somme, c'est parce que la valeur constitue une dimension inter-psychologique, liée à la croyance et au désir, qu'elle se révèle quantifiable. Il s'agit donc d'une véritable *quantité sociale*.

La valeur est quantifiable, parce qu'elle possède une intensité, puisque l'invention d'une appréciation ou la considération d'une chose ou d'un individu se trouvent imitées: «Tarde inclut la dimension sociale, affective, cognitive, communicationnelle des relations inter psychologiques dans le cycle de la production de la valeur et dans le concept de richesse» (Lazzarato, 2001, 45). Selon Tarde, les relations économiques sont des relations sociales. En effet, dans les relations sociales ainsi que dans les rapports économiques, tout commence par l'hétérogène et non par l'homogène. Plus encore: de même que dans le cas des relations sociales, on passe toujours dans les rapports économiques, de l'unilatéral au réciproque, de l'invention à l'imitation, de la différence à la répétition. De

l'hétérogène à l'homogène, de l'unilatéral au réciproque: tels sont les mouvements ou les actes sociaux élémentaires pour lui.

Au regard de la théorie marxiste de la valeur – entièrement centrée sur le travail et l'utilité – on constate que Mauss, Simmel et Tarde introduisent et mettent en lumière l'élément spirituel ou psychologique de l'échange: on retrouve respectivement chez Mauss et Simmel l'esprit de la chose échangée (le *hau*, qui est l'esprit du donateur) et l'esprit ou le désir de l'individu qui échange; chez Tarde, tout ce qui est spirituel, subjectif ou individuel est à la fois inter psychologique ou social. La production de la valeur est quantifiable parce qu'elle est inter psychologique. Il s'agit là de la question de la scientificité ou de l'épistémologie de l'économie et des sciences sociale en général; mais, la critique de Tarde concerne l'économie: ce n'est pas parce qu'elle est objective qu'elle est quantifiable, mais elle l'est, à l'inverse, parce qu'elle est (inter)subjective. Tout dans l'économie se révèle inter psychologique. Ce n'est pas par hasard que, dans *Psychologie économique*, Tarde consacre un grand nombre de pages prioritairement à ce sujet (1902, t. 1, 82-95, *Importance de la psychologie, et surtout de l'inter-psychologie, en économie politique*).

4. UNE PETITE PARANTHÈSE: PRESTIGE ET SUGGESTION

Dans la perspective de Tarde, la question de la valeur ne peut être analysée qu'à partir du rapport entre invention et imitation (unilatérale et réciproque), mais aussi à partir de celui qui existe entre prestige et suggestion. Dans *Les lois de l'imitation*, Tarde soutient que les fondements de la valeur résident dans le prestige et dans la suggestion. Prestige et suggestion sont des caractéristiques ou des qualités de nature psychologique ou spirituelle, qui déterminent l'influence sociale, le pouvoir et la valeur d'un individu sur l'autre.

Un individu prestigieux est un innovateur (c'est-à-dire quelqu'un qui a produit une invention, une découverte) et qui se trouve imité par suggestion. Or, dans la sociologie tardienne, «innover» ou «inventer» signifie s'adapter; en revanche, «imiter» ou «répéter» signifie: «vous vous contre-suggestionnez» (Cavalletti, 2011, 73-102). En d'autres termes: l'invention constitue une forme d'*adaptation*, ce qui fait que la personne la plus adaptée est aussi la plus sociable; en revanche l'imitation constitue une forme d'*amplification* ou d'extension-intensification d'une invention, ce qui fait que l'on procède du plus adapté et sociable, du supérieur, vers le moins adapté et sociable, l'inférieur. C'est à partir du plus ou moins grand prestige et de la plus ou moins grande suggestion qu'il est possible de procéder à une comparaison et à une évaluation entre deux ou

plusieurs individus producteurs de la valeur sociale en termes positifs ou négatifs. On pense souvent que le prestige est une qualité psychologique (ou individuelle) et que l'imitation est une qualité inter psychologique (ou sociale). Chez Tarde, prestige et suggestion – comme invention et imitation – sont d'abord toutes deux de nature inter psychologique ou sociale. Cependant, le prestige et l'invention précèdent la suggestion et l'imitation. Il s'agit là d'une question controversée dans la pensée de Tarde, mais il ne faut pas oublier que l'auteur, depuis *Les lois de l'imitation* jusqu'à *Psychologie économique*, se révèle inspiré par le modèle de l'hypnose et du somnambulisme très en vogue dans les années 1880¹¹.

5. LES TROIS CATEGORIES ET LES TROIS FACTEURS DE LA VALEUR

Pour Tarde, la valeur est peut-être la combinaison infiniment diverse de trois catégories et de trois facteurs. Il est possible, en trois points (ou, mieux, en répondant à trois questions), de mobiliser ce que l'on a analysé ci-dessus pour examiner la question de la valeur chez lui, en s'appuyant en particulier sur l'illustration de sa théorie dans la *Psychologie économique*¹².

5.1. Première question: Qu'est-ce que la valeur? Et comment la mesurer?

La valeur constitue l'expression d'un ensemble de jugements collectifs et comparatifs qui représentent une vérité, une utilité et une création. Elle ne change pas de nature et c'est pour cela qu'elle est une quantité sociale qui réside dans l'évaluation et dans la considération généralement positive d'un individu par un autre. Il n'y a pas de différence, selon Tarde, entre la conception de la valeur dans le domaine de l'économie politique et dans celui des sciences sociales. Plus encore : la conception de la valeur ne découle pas de l'économie mais de la psychologie. Dans les deux cas et même dans tous les cas, il s'agit toujours d'un objet de connaissance et d'une vérité qui ne possèdent pas seulement un aspect utilitaire. Autrement dit: la valeur sociale est quantifiable

¹¹ On se réfère ici à la querelle entre la Salpêtrière (Jean Marie Charcot) et l'École de Nancy (Hypolite Bernheim). Il ne faut pas oublier, en effet, ce fameux passage de *Les lois de l'imitation*: «L'état social, comme l'état hypnotique, n'est qu'une forme du rêve, un rêve de commande et un rêve en action. N'avoir que des idées suggérées et les croire spontanées: telle est l'illusion propre au somnambule, et aussi bien à l'homme social» (Tarde, 1890, p. 83).

¹² Dans ce paragraphe on se réfère surtout au chapitre II de la partie préliminaire du premier tome de la *Psychologie économique, La valeur et les sciences sociales*, (1902, 51-72).

parce qu'elle relève plus d'une dimension psychologique qu'économique. Cela signifie que la valeur est une qualité qui dépend, en ce qui concerne son origine et son évolution, de la rencontre dans un jugement de la valeur-vérité, de la valeur-utilité et de la valeur-beauté. C'est ainsi que Tarde propose une comparaison entre la gloire d'un homme et celle d'un livre¹³. La valeur n'est, probablement pas à son avis, un domaine exclusif de l'économie. D'où le *glorimètre*, qui peut être considéré comme une authentique idée tardienne à laquelle il recourt pour expliquer ce qu'est la gloire et comment la mesurer.

Le besoin d'un *glorimètre* se fait sentir d'autant plus que les notoriétés de toutes couleurs sont plus multipliées, plus soudaines et plus fugitives, et que, malgré leur fugacité habituelle, elles ne laissent pas d'être accompagnées d'un pouvoir redoutable, car elles sont un *bien* pour celui qui les possède, mais une *lumière*, une foi, pour la société (1902, t. 1, 56).

Cependant, la possibilité de mesurer la valeur, chez Tarde, n'a rien à voir avec la quantification proposée par les anthropologues, surtout italiens, de son époque (Ivi, 57). La valeur est mesurée à travers trois facteurs: *le plus ou moins grand nombre* (d'individus qui expriment un jugement, généralement vrai ou faux, positif ou négatif, bon ou mauvais sur quelqu'un), *le plus ou moins grand poids social* (cela veut dire la plus ou moins grande considération, mais aussi le plus ou moins grand pouvoir, respect ou plaisir qu'un individu suscite ou provoque chez eux), et *le plus ou moins grande intensité* de croyance que ces individus possèdent par rapport à la personne estimée ou non estimée.

Il est certain qu'il ne s'agit, ici, que d'une esquisse que l'on a tentée à partir de la théorie tardienne de la valeur, mais elle pourrait être développée de façon plus complète, articulée et précise – surtout au regard d'un objectif de recherche plus précis au sein d'un domaine d'investigation. Cependant, il est intéressant de montrer la signification politique de l'argumentation tardienne concernant la valeur sociale: Tarde soutient en effet, que la valeur est à la fois *une force* pour celui qui la possède et *une foi* pour la société ou le public. Elle est très proche de (et elle contient, ou produit) la confiance, qui est *un moyen d'action* pour l'individu qui l'invoque et constitue *un moyen de tranquillisation spirituelle, de sédation, et d'hypnose* concernant les conditions de la vie collective.

¹³ En ce qui concerne le livre, voir surtout les pages dédiées à la *Valeur d'un livre, production et concurrence des livres, offre et demande des livres* de *Psychologie économique* (1902, 67-72).

5.2. Deuxième question: D'où vient la valeur?

Pour répondre en cohérence avec les analyses ci-dessus, mais en utilisant d'autres termes, on peut affirmer que Tarde substitue à la loi de l'offre et de la demande – qui constitue le principe de la production de la valeur (richesse) dans l'économie politique – les lois de la propagation, de l'imitation, de l'ondulation rayonnante (Ivi, 58). Il est intéressant de noter que, selon lui,

la célébrité d'un homme naît quand les premiers hommes qui ont découvert ou imaginé un talent parviennent à faire partager leur admiration dans leur entourage qui la propage au dehors, et ainsi de suite, jusqu'à ce que cette expansion admirative se heurte à des âmes déjà remplies d'une admiration rivale et contradictoire qui elle-même est née, et a grandi semblablement» (*Ibidem*).

Ainsi, la valeur sociale naît lorsqu'une invention, une opinion, un jugement, une idée, (concernant la gloire, la réputation, le pouvoir) attribués à un individu ou produits par lui se trouvent imités – c'est-à-dire répétés, étendus, crus, et désirés. Il semble qu'à travers la presse, la valeur d'un individu devienne une vérité, engendre une utilité et se donne comme une création (ou tout simplement, une valeur) constitutive de l'opinion de la masse ou du public.

5.3. Troisième question: Pourquoi existe-t-il a un rapport si particulier et subtil entre la valeur et l'opinion de masse?

La position de Tarde est claire: «aussi bien que l'Utilité, la Vérité et la Beauté sont filles de l'Opinion, de l'opinion de la masse en lutte ou en accord constant avec la raison d'une élite qui influe sur elle» (Ivi, 52). Ce passage est vraiment central pour la compréhension de la nature inter psychologique de la valeur que Tarde analyse.

Déjà dans *L'opinion et la foule* (1901), il opère une distinction entre la foule et le public: il souligne surtout le rôle décisif de la *presse* et de la *conversation* dans la constitution même du public¹⁴ ou, plus précisément, de l'opinion publique; il insiste beaucoup sur la puissance de l'*opinion* (Tarde, 1989, 62). En effet, la liaison entre la valeur sociale et l'opinion

¹⁴ Ce n'est pas un hasard, en effet, si Jean Stoetzel reprend l'ouvrage de Tarde en ce qui concerne l'origine des études de l'opinion publique et qu'il le considère comme un grand précurseur dans ce domaine (Voir STOETZEL, 1943; mais surtout REYNIE, 1989, 7-28). Toujours du même auteur, *Le triomphe de l'opinion publique. L'espace public français du XVIe au XXe siècle* (1998) et *Théories des nombre* (1989, 93-104).

de masse ou publique est représentée par la presse (surtout la presse nationale). Dans *Psychologie économique*, comme dans l'ouvrage précédent, Tarde observe la force exercée par l'action de la presse, qu'il définit comme «un puissant agent de l'imitation» (Tarde, 1902, t. 1, 59). C'est en effet la presse qui, en produisant conversations et opinions agit sur la gradation de toute valeur ainsi que «sur les variations de la valeur des personnes, et en particulier, de leur réputation et de leur gloire, par ses diffamations ou ses apologies, par ses encensements redoublés ou ses conspirations du silence» (Ivi, 60). La presse, à travers les mécanismes de l'invention et de l'imitation, engendre une opinion publique qui détermine et définit la valeur sociale d'un individu. Tarde écrit à ce propos:

la Presse, en effet, en se répandant, tend à rendre plus nombreux et plus semblables les exemplaires des jugements individuels dont l'ensemble s'appelle l'Opinion, et à rendre plus égale ou moins inégale d'un individu aux autres l'intensité de l'adhésion de chacun d'eux à chacune des idées qu'elle leur suggère» (*Ibidem*).

Dans quelque manière, ces trois questions expliquent le nœud décisifs de la théorie de la valeur dans la *Psychologie économique* de Tarde: qu'est-ce que, comment la mesurer, d'où vient et quel est le rapport avec l'opinion publique de la valeur sociale.

6. «JE DESIRE, JE CROIS, DONC J'AI PLUS OU MOINS DE VALEUR»

Le fil rouge de la sociologie tardienne est au fond sa métaphysique (Latour, 1999, 81). Dans *Monadologie et sociologie*, il écrit «Je désire, je crois, donc j'ai» (Tarde, 1893, 44). Pour conclure sur la question de la valeur, on pourrait alors ici réélaborer cette phrase ainsi: «Je désire, je crois, donc j'ai plus ou moins de valeur». *La question de la valeur, chez Tarde, se réduit à une question de possession ou d'interpsychologie*; en d'autres termes, c'est une question d'avoir et non pas d'être. La valeur de soi et des autres découle des rencontres – plus ou moins nombreuses, plus ou moins importantes, plus ou moins intenses – de désirs et de croyances, d'opinions et de conversations, de contacts suggestifs imités ou répétés, de rayonnement d'exemples.

Cependant, contrairement à ce qu'on croit souvent, la table des valeurs «suppose, avant tout, qu'il existe des *quantités* sociales. Car, pour qu'une chose puisse être réputée plus ou moins qu'une autre, ne faut-il pas qu'elles aient une commune mesure? – Il faut donc admettre des

quantités sociales» (Tarde, 1902, 53-54)¹⁵. D'où la question posée par Tarde, et applicable à celle de la valeur, d'un type de «quantité sociale et singulière» – comme la gloire, le pouvoir, le crédit et la fortune d'un individu qui la rende mesurable.

Dans la perspective de Tarde, donc, mesurer la valeur possède une signification très particulière, parce que la valeur sociale réside dans une évaluation (qui se quantifie mais au sens où elle s'intensifie et s'amplifie) des processus d'invention et d'imitation, de croyances et de désirs, qui interviennent entre individus – et plus généralement dans les relations sociales. Un individu est plus ou moins bien évalué s'il réalise une invention, et si celle-ci se révèle plus ou moins reprise: la valeur est une construction sociale et une forme d'intersubjectivité, où l'on passe toujours de l'unilatéral (invention) au réciproque (imitation), des processus de différence à ceux de répétition, par des flux et des mouvements ondulatoires de désirs et de croyances du public et de la société.

REMERCIEMENTS

Je remercie Christian Lazzeri d'avoir relu ce texte en français avec un oeil attentif et critique.

BIBLIOGRAPHIE

- BLONDEL C. (1927), *Introduction à la psychologie collective*, Paris, Librairie Armand Colin.
- BORSARI A. (2013), *Sulla genesi della monadologia sociale: Gabriel Tarde e Georg Simmel* in Mari G., Minazzi F., Negro M., Vinti C., a cura di, *Epistemologia e soggettività. Oltre il relativismo*, Firenze, Firenze University Press, pp. 391-415.
- CAILLE A. (2000), *Anthropologie du don. Le tiers paradigme*, Paris, La Découverte.
- CAVALLETTI A. (2011), *Suggestione. Potenza e limiti del fascino politico*, Torino, Bollati Boringhieri.
- CITTON Y. (2008), *Esquisse d'une économie politique des affects*, in Citton Y., Lordon F., a cura di, *Spinoza et les sciences sociales: de la puissance de la multitude à l'économie des affects*, Paris, Éditions Amsterdam, pp. 45-123.

¹⁵ Il faut lire pour cela toute la note 25 de la page 25, où Tarde cite Nietzsche et la table des valeurs.

- CURTI S. (2015), *Studio preparatorio su Gabriel Tarde. Biografia, biblioteca e bibliografia*, in Gabriel T., *Lo spirito di gruppo*, Napoli-Salerno, Orthotes Editrice, pp. 71-119.
- (2016), *Folla, prestigio e suggestione: un confronto tra Gabriel Tarde e Gustave Le Bon* in Prinzi S., a cura di., *Gabriel Tarde. Sociologia, psicologia, filosofia*, Napoli-Salerno, Orthotes.
- KARSENTI B. (1993), *Préface*, in Tarde G., *Les lois de l'imitation*, Paris, Kimé, pp. VII-XXVI.
- (1994), *Marcel Mauss: le fait social total*, Paris, Presses Universitaires de France.
- (1997), *L'homme total: sociologie, philosophie et anthropologie chez Marcel Mauss*, Paris, Presses Universitaires de France.
- LATOUR B. (1999), *Pourquoi viens-tu si tarde? (comment trouver un successeur au structuralisme)*, in «La Recherche», 320, p. 81.
- , LEPINAY V.A. (2008), *L'économie science des intérêts passionnés*, Paris, La Découverte.
- LAZZARATO M. (2001), *Puissance de l'invention. La psychologie économique de Gabriel Tarde contre l'économie politique*, Paris, Les empêcheurs de penser en rond.
- (2004), *La politica dell'evento*, Soveria, Mannelli Rubbettino.
- LAZZERI C. (2016), *La contagion des émotions entre psychologie sociale et sociologie, de Le Bon à Durkheim*, in «Problemata», VII, 3, pp. 133-156.
- LETONTURIER É. (2005), *Sociologie des réseaux sociaux et psychologie sociale: Tarde, Simmel et Elias*, in «Hermès», XLI, 1, pp. 41-50. URL: www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2005-1-page-41.htm.
- MATAGRIN A. (1910), *La Psychologie sociale de Gabriel Tarde*, Paris, Alcan.
- MAUSS M. (1923-24), *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés primitives*, in «L'Année Sociologique», seconde série.
- MULTITUDES (2001), *Tarde intempestif*, 7.
- REVUE D'HISTOIRE DE SCIENCES HUMAINES (2000), *Gabriel Tarde et la criminologie au tournant du siècle*, 3.
- REYNE D. (1989), «Théories des nombre», «Hermès», 2, pp. 93-104.
- (1989), *Gabriel Tarde, théoricien de l'opinion*, in Tarde G., *L'opinion et la foule*, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 7-28.
- (1998), *Le triomphe de l'opinion publique. L'espace public français du XVI au XX siècle*, Paris, Editions Odile Jacobe.
- SIMMEL G. (1891), *G. Tarde: Les lois de l'imitation. Étude sociologique*, in «Sociétés», CI, 3, 2008, pp. 33-34.
- (1894), *Rezension von Revue Internationale de Sociologie: Les monades & la science sociale*, in Id., *Gesamtausgabe*, coordonné par O.
-

- Rammstedt, v. 1, Frankfurt a.M., Suhrkamp, pp. 306-310.
- (1987), *Philosophie de l'argent*, Paris, Presses Universitaires de France.
- STANKO I. (2013), *La psicologia economica. Elementi di base*, Roma, Armando.
- STOETZEL J. (1943), *Théorie des opinions*, Paris, Presses Universitaires de France.
- TARDE G. (1890), *Les lois de l'imitation*, Paris, Alcan.
- (1893), *Monadologie et sociologie*, Paris, Alcan.
- (1899), *L'opinion et la foule* (1902), Paris, Presses Universitaire de France.
- (1902), *Psychologie économique*, Voll., 1, 2, Paris, Alcan.
-



Ultimi numeri:

2016, (III n.c.), 1:

1. Luca Corchia, *La comunicazione istituzionale. Dalle riforme degli anni '90 alla l. 150/2000*;
2. Marco Trainito, *I memi e gli agenti di Minsky: per una teoria naturalistica integrata della trasmissione culturale*;
3. Laura Corrente, Massimo Santoro, *L'immagine corporea in adolescenza e il disturbo del comportamento alimentare*;
4. Elena Gremigni, *Lights and Shadows of CLIL Methodology: the case of Italy*;
5. Marco Chiuppesi, *L'attivismo civico di George Herbert Mead*.

2016, (III n.s.), 2:

1. Stefan Müller-Doohm, *Il concetto habermasiano di normatività nella società secolarizzata*;
2. Massimo Cerulo, *L'utilizzo dello shadowing nella ricerca sociale a partire da un caso di studio su un gruppo sociale*;
3. Caterina Marsi, *Introduzione alla cronologia degli scritti su Veblen in Italia: per un recupero dell'attualità del suo pensiero*;
4. Lorenzo Bruni, *Il "legame sociale della vergogna": una pista di ricerca a partire dai lavori di Thomas Scheff e Gabriella Turnaturi*;
5. Marco Chiuppesi, *"La nuova lotta di classe" di Slavoj Žižek*.

2016, (III n.s.), 3:

1. Lorenzo Cagliioni, *Le affinità elettive tra il like button e il denaro. Una proposta di analisi critica dalla teoria del valore di Marx alla teoria della colonizzazione di Habermas*;
2. Lidia Lo Schiavo, *Teoria democratica e "suggestioni" foucaultiane. Post-democrazia, governance, neoliberalismo*;
3. Elena Bissaca, *Settant'anni dopo: i Treni per Auschwitz come pratica sociale di memoria*;
4. Luca Corchia, *Le competenze e le disfunzioni genitoriali. Un quadro introduttivo dei concetti sociologici sensibilizzanti*;
5. Stefan Müller-Doohm, *Kritikkonzepte – eine Vergleichsskizze. Honneth, Das Recht der Freiheit*

2016, (III n.s.), 4:

1. Sabina Curti, *La question de la "valeur" dans la Psychologie économique de Gabriel Tarde*;
 2. Vincenzo Romania, *Carriera, successo e mobilità accademica. Erving Goffman e la seconda scuola di Chicago*;
 3. Claudia Giorleo, *Femen e femminismi in Europa. Una prima proposta di analisi*;
 4. Silvia Cavallini, *Il percorso "magistrale". Gli studenti analizzano la propria esperienza di studio*;
 5. Luca Corchia, *Per orientarsi nell'interazionismo simbolico contemporaneo*.
-