

Gilles GAUTHIER  
Université Laval à Québec (Canada)

## Justifications morales et persuasion

### Moral Justification and Persuasion

**Abstract:** Like all other justifications, moral justifications are intended to persuade. However, they are formally unable to achieve this objective, due to their failure to be justified themselves. In a first part, the persuasive deficiency of moral justifications is explained in the light of the theory of speech acts and a distinction between argument and opinion. The main idea developed here is that an illocutionary act with a persuasive aim must be accomplished by an argument whose justification must include a justifying element or mark out a justifying function, which is not the case with moral justifications. In the second part of the article, we consider the perlocutionary possibility that, despite a moral justification's intrinsic inability to persuade, the addressee may nevertheless be persuaded by it: in this case, the addressee simply adheres to the moral justification without discussing it.

**Keywords:** moral justification, illocutionary act, perlocutionary effect, argument, opinion.

On ne persuade aux hommes que ce qu'ils veulent.  
Joseph Joubert

Dans un article précédemment paru dans *Argumentum*<sup>1</sup>, j'ai fait état de la déféctuosité du recours aux justifications morales dans le débat public en établissant qu'elles ne satisfont pas, contrairement aux

---

<sup>1</sup> « La déféctuosité argumentative des justifications morales dans le débat public », 18(2), 2020, 7-39,

[https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/Numarul%2018%20issue%202/01\\_G\\_Gauthier\\_tehno.pdf](https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/Numarul%2018%20issue%202/01_G_Gauthier_tehno.pdf)

justifications épistémiques et pratiques, l'exigence philosophique de justification des justifications<sup>2</sup>. J'ai également proposé de définir plus précisément ce manquement comme un défaut des justifications morales à remplir une condition facilitante de la visée persuasive à l'atteinte de laquelle elles sont mobilisées. L'idée centrale est qu'à défaut d'être elles-mêmes justifiées, les justifications morales ne fournissent pas une explicitation de leur élément justificateur ou de leur fonction justificatrice et n'offrent conséquemment pas au destinataire une raison d'adhérer au point de vue qu'elles ont prétendument charge de justifier.

Si cette proposition pose bien la relation entre les justifications morales et la persuasion, c'est seulement par la bande et de façon parcellaire. Je voudrais, dans le présent article, décrire et analyser plus finement ce rapport. Les deux questions plus précises dont j'entends traiter sont celle de la caractérisation précise et exhaustive qu'il convient de donner à la carence persuasive des justifications morales engendrée par leur déficience argumentative et celle de la possibilité qu'un destinataire puisse adhérer à une position quand elle est appuyée par une justification morale en dépit de sa carence persuasive. Je veux d'abord indiquer pourquoi ces questions se posent.

### **1. La persuasion argumentative**

Une première raison est que l'usage dans un débat public d'une justification morale, comme de tous autres types de justification, a génériquement prétention à persuader. Le recours à une justification morale ne sert pas qu'à exercer une fonction spéculative. L'intervenant qui appuie la position qu'il défend dans la discussion d'un enjeu social sur une valeur, un principe ou quelque autre constituant moral ne cherche pas à seulement faire état de l'inférence formelle de ce soutien. Il poursuit l'objectif d'obtenir l'assentiment de ceux à qui il s'adresse. Comment comprendre qu'en dépit de cette visée persuasive de l'intervenant, les justifications morales auxquelles il a recours sont, elles, démunies de toute capacité persuasive?

La seconde raison est aussi problématique et troublante. En fait, l'objectif de persuasion échappe à toute tentative discursive. D'une part, de même que la justification morale, les justifications épistémiques et pratiques, qui pourtant satisfont l'exigence de justification des

---

<sup>2</sup> Cette exigence et les définitions des trois types de justifications seront plus loin rappelées.

justifications et remplissent la condition facilitante de persuasion, peuvent néanmoins ne pas convaincre.<sup>3</sup> Le destinataire peut rester réfractaire à leur prétention persuasive. D'autre part, le destinataire peut être persuadé par une justification morale qui, elle, n'a pas de capacité persuasive. Que se passe-t-il alors? Comment le destinataire peut-il être convaincu par une justification morale persuasivement inopérante?

Si la production discursive de la persuasion n'est jamais assurée, c'est parce qu'elle est un effet perlocutoire. La théorie des actes de discours (John L. Austin, 1962; John R., Searle, 1969 et 1979) différencie les actes illocutoires, accomplis *en* parlant comme affirmer, promettre, ordonner ou s'excuser, et les actes perlocutoires, produits *par* le fait de parler comme effrayer, intimider, rassurer et offenser. La distinction fondamentale entre les actes illocutoires et les actes perlocutoires est que les premiers sont accomplis de manière inhérente par l'emploi (sans défaut dans une circonstance appropriée) d'un énoncé alors que les actes perlocutoires sont produits de façon contingente. Dire « Je promets de ... », c'est promettre. En revanche, il n'est pas certain que l'allocutaire se réjouisse de la promesse même si telle est l'intention du locuteur.

En fait, à strictement parler, un acte perlocutoire est un effet de discours, plus précisément un effet d'un acte illocutoire. Réjouir est une conséquence ou un aboutissement possible de la promesse. Et c'est parce que la promesse produit (quand c'est le cas) cet effet qu'on peut dire, en un sens élargi, qu'elle réjouit et que, donc, réjouir est un acte. Aussi, l'effet perlocutoire est plus précisément psychologique. Être effrayé, intimidé, rassuré, offensé et réjoui sont des états mentaux ressentis par l'allocutaire. Contrairement à l'accomplissement des actes illocutoires, les effets perlocutoires ne peuvent être atteints par l'usage de verbes performatifs. Il est possible d'affirmer, de promettre, d'ordonner et de s'excuser en disant « J'affirme », « Je promets », « J'ordonne » et « Je m'excuse ». Mais on ne peut pas effrayer, intimider, rassurer, offenser ou réjouir en disant « J'effraie », « J'intimide », « Je rassure », « J'offense » et « Je réjouis ».

Persuader est un effet perlocutoire possiblement atteint *par* l'accomplissement d'un acte illocutoire. Son actualisation reste incertaine et est d'ordre psychologique : la persuasion induit chez l'allocutaire un état mental de croyance si elle a trait à l'adhésion à une position ou

---

<sup>3</sup> *Persuader* et *convaincre* sont ici considérés comme des synonymes sans tenir compte de la distinction entre faire adhérer l'allocutaire à une idée ou à une opinion (*persuader*) ou l'amener à poser une action ou adopter un comportement (*convaincre*).

d'intention ou de désir si elle a trait à une conduite. Il n'y a pas de verbe performatif « Je persuade » pour réaliser la persuasion. Toute une panoplie d'actes illocutoires peuvent éventuellement persuader. Une affirmation peut amener l'allocutaire à acquiescer à une position donnée; un ordre, une promesse, un conseil, à se conduire d'une certaine façon.

Du point de vue de l'argumentation, les actes illocutoires accomplis dans une visée persuasive se répartissent en deux types : ils peuvent prendre la forme de véritables arguments ou d'opinions. Une opinion consiste en une proposition (un point de vue, un jugement, un avis, ...) avancée pour elle-même. Un argument consiste en une proposition appuyée sur une justification (une raison, un motif, une motivation, ...) <sup>4</sup>. Les trois types de justification, épistémique, pratique et morale, peuvent être constitutives d'un argument ou d'une opinion.

## **2. La nullité persuasive des justifications morales**

La production de la persuasion argumentative peut être analysée sur deux plans distincts. On peut chercher à déterminer ce qui fait qu'un allocutaire est persuadé par l'accomplissement d'un acte illocutoire. Il s'agit alors de déterminer la nature de la réaction psychologique de l'allocutaire à l'accomplissement d'un acte illocutoire par le locuteur. C'est cette question qui sera examinée dans la prochaine section du présent article.

Par ailleurs, si c'est bien l'allocutaire qui est l'agent de la persuasion <sup>5</sup>, sa réaction n'opère pas à vide. Elle a pour objet l'acte illocutoire accompli par le locuteur. L'acte illocutoire est en quelque sorte l'élément déclencheur de la réaction perlocutoire de l'allocutaire. La réaction de l'allocutaire qui suscite chez lui persuasion ne peut pas porter sur n'importe quel acte illocutoire. On imagine mal, par exemple, que l'allocutaire puisse être persuadé de quoi que ce soit à la suite de l'accomplissement d'une question, d'une confession, d'une réclamation, d'une rétractation, d'une lamentation ou d'une salutation. C'est dire que tous les actes illocutoires n'ont pas le même potentiel persuasif. Ceux qui viennent d'être mentionnés ont un potentiel persuasif nul ou quasi nul. Parmi les actes illocutoires qui, au contraire, peuvent exercer un effet de

---

<sup>4</sup> Pour une explication détaillée des notions d'argument et d'opinion considérés comme les unités de base de l'argumentation, je me permets de renvoyer à Gilles Gauthier, 2022a et 2010.

<sup>5</sup> En un sens strict, on est persuadé; c'est seulement en un sens impropre élargi qu'il est possible de dire qu'on persuade.

persuasion, certains présentent une plus grande capacité à le faire que d'autres. Par exemple, on peut penser qu'une affirmation, un ordre, une information, un témoignage et une attestation ont un plus grand potentiel persuasif qu'une suggestion, une conjecture, un refus et une sollicitation. À la condition de ne pas attribuer ce faisant aux actes illocutoires la propriété intrinsèque de pouvoir persuader, il est possible de dire qu'ils peuvent exercer une force persuasive variable.

Si l'on considère les deux modes argumentatifs, il apparaît clairement de prime abord que les actes illocutoires exprimés sous le mode d'une opinion ont généralement une force persuasive beaucoup plus faible que les actes illocutoires exprimés sous le mode d'un argument. Une proposition énoncée sans être soutenue par une justification a clairement moins de chance d'emporter l'adhésion que si une raison est avancée pour l'appuyer. Par exemple, l'allocutaire risque d'être moins persuadé de suivre un conseil donné qui n'est pas motivé que si des raisons sont invoquées à son appui. L'allocutaire pourrait être persuadé par l'opinion -il reste toujours maître du jeu persuasif-, mais elle donne une prise plus faible à sa réaction que l'argument. L'opinion n'est pas très « convaincante », au sens d'être propre à convaincre, parce qu'elle n'est qu'affirmée sans être fondée.

La raison en est que l'opinion n'exprime pas ni ne transmet explicitement la visée persuasive du locuteur. Même si un locuteur a l'intention de persuader l'allocutaire de suivre le conseil qu'il lui donne, s'il le formule uniquement par une proposition, le conseil ne véhicule pas cette intention. Il ne fait que spécifier ce que le locuteur considère être ce que l'allocutaire devrait faire (ou ne pas faire). De même une affirmation, un ordre, une information, un témoignage, une attestation, une suggestion, une conjecture, un refus, une sollicitation ou tout autre acte illocutoire ne marquent pas la visée persuasive du locuteur s'il les accomplit sous le mode d'une opinion. L'intention de persuasion, qui peut présider à leur accomplissement, leur reste étrangère ou du moins extérieure, s'ils ne comportent qu'une proposition. Ils ne font alors que statuer, selon le cas, la vérité, la validité ou l'appropriété de leur contenu.

Une façon d'étayer ce point est d'en référer à la distinction faite par John Searle (1975 et 1978) entre la signification de l'énoncé (*utterance meaning*) et la signification du locuteur (*speaker meaning*). La signification de l'énoncé est son sens littéral; la signification du locuteur est son vouloir dire. Soit la signification du locuteur correspond à la signification de l'énoncé: le locuteur veut dire ce que signifie littéralement l'énoncé (par exemple si le locuteur veut signifier que la

terre est ronde en disant « La terre est ronde »). Soit la signification du locuteur s'écarte de la signification de l'énoncé : le locuteur veut dire autre chose que ce que l'énoncé signifie littéralement (entre autres possibilités par l'accomplissement d'un acte de discours indirect, par exemple quand un locuteur veut signifier qu'on lui passe le sel en disant « Pouvez-vous me passer le sel? »; une requête primaire est alors accomplie par l'accomplissement secondaire d'une question).<sup>6</sup>

La persuasion relève non pas de la signification de l'énoncé, mais du vouloir dire du locuteur. Pour le dire théoriquement, la persuasion consiste en une visée pragmatique plutôt qu'en un contenu sémantique. Il se peut bien que le vouloir dire du locuteur soit de persuader, mais il n'est pas inscrit dans la signification de l'énoncé quand celui-ci ne donne lieu qu'à une opinion. L'énoncé ne porte pas trace, alors, du vouloir dire persuasif du locuteur : à considérer la seule proposition dont est constituée l'opinion, il n'est pas possible de détecter qu'elle sert un objectif de persuasion.

La raison technique pour laquelle une opinion n'exprime pas une visée persuasive est que la proposition individuelle et isolée dont elle est constituée ne fait que mettre en avant et afficher un point de vue sans chercher à le faire valoir aux yeux de l'allocutaire. Elle est une déclaration ou une proclamation qui ne tend pas, d'elle-même, à se faire admettre par l'allocutaire. C'est ce qui fait qu'un conseil accompli sous le mode d'une opinion exprime l'avis du locuteur sur l'attitude ou le comportement à adopter par l'allocutaire sans l'engager à obtenir l'assentiment de celui-ci. On le voit nettement dans l'accomplissement avec réserve d'un conseil : quand le locuteur fait seulement état de sa façon de penser sans exhortation, par exemple en disant « Voici ce que je crois que tu devrais faire, mais c'est à toi (l'allocutaire) de te déterminer. »

Pour qu'une proposition soit accompagnée d'un ressort persuasif, il faut qu'elle repose sur une justification. C'est quand est fourni un soutien à une proposition qu'émerge un souci de persuasion. Spécifier une raison à l'appui de l'objet d'un conseil marque le dessein du locuteur que l'allocutaire le suive. À l'opposé de son accomplissement avec réserve, un conseil justifié fait peser sur l'allocutaire la réclamation du locuteur de considérer les raisons pour lesquelles il devrait faire ce qui lui

---

<sup>6</sup> En plus de ce compte rendu de l'acte de discours indirect, Searle (1979) recourt à la distinction entre signification de l'énoncé et vouloir dire du locuteur pour traiter de la métaphore et de l'ironie sur la base d'une théorie de la signification littérale.

est conseillé. C'est dans cette tension que la visée persuasive du locuteur prend place. La justification en est en quelque sorte le moteur par lequel est actionné dans un acte illocutoire le levier de la persuasion.

Un acte illocutoire susceptible d'être accompli afin de persuader doit donc être de la forme d'un argument. Plus précisément, c'est dans le couplage de deux actes illocutoires, l'un exprimant une proposition et l'autre une justification que se matérialise discursivement l'objectif de persuasion. Par commodité, on peut appeler ces deux actes respectivement « acte illocutoire propositionnel » et « acte illocutoire justificateur ». Par exemple, c'est par le binôme constitué d'un conseil justifié, c'est-à-dire la prescription de ce qu'il convient de faire appuyée sur une affirmation spécifiant la raison pour laquelle cette prescription devrait être suivie par l'allocutaire, que se manifeste une finalité persuasive.

Dans des paires d'actes illocutoires de cette sorte, l'intention persuasive du locuteur transparaît. Il avance un point de vue, l'objet du conseil, à propos duquel il fournit un motif. Ce motif est allégué afin que l'allocutaire reconnaisse le bien-fondé du conseil et le suive. Sans l'acte illocutoire justificateur, l'acte illocutoire propositionnel n'exprimerait pas de visée persuasive. C'est par l'apport de l'acte illocutoire justificateur que le vouloir dire persuasif du locuteur est consigné dans le binôme illocutoire.

La justification constitutive de l'acte illocutoire justificateur peut être de l'un des trois types de justification reconnus dans l'analyse philosophique de la justification (Anne Meylan 2015) : les justifications épistémiques, les justifications pratiques et les justifications morales. Une justification épistémique est une raison pour une proposition qui énonce ce qui est présenté comme une vérité ou une fausseté. Une justification pratique est une raison stipulant un intérêt, une utilité, un avantage ou un désavantage d'une action ou d'un projet. Une justification morale est une valeur, un principe, une norme, un devoir, une obligation ou quelque autre élément moral qui est donné comme raison d'une exhortation, d'une recommandation ou encore d'une appréciation d'une situation ou d'une initiative. Voici des exemples concrets.<sup>7</sup> La position soutenant qu'il est rentable pour le Québec de faire partie de la fédération canadienne a comme justification épistémique le montant de 13 milliards de dollars qu'il reçoit annuellement en péréquation. L'opposition à la construction de gazoducs a pour justification pratique le risque de fuites. Le désaveu

---

<sup>7</sup> Ils ont déjà été donnés mais considérés à d'autres fins dans Gauthier (2020).

de l'interdiction du port de signes religieux imposée au Québec aux agents de l'État en position d'autorité a pour justification morale la valeur morale de la liberté de conscience et de religion.

De façon paradigmatique, quand elles servent une fin persuasive, les justifications épistémiques fondent des actes illocutoires propositionnels déclaratifs ou informatifs comme une assertion, une affirmation, une notification, un témoignage ou un diagnostic. De leur côté, les justifications pratiques fondent des actes illocutoires propositionnels prescriptifs comme l'ordre, le conseil, la recommandation et l'avertissement. Quant aux justifications morales, elles fondent des actes illocutoires propositionnels évaluatifs comme l'approbation ou la désapprobation, le blâme, la récrimination et la protestation.

Un acte illocutoire justificateur ne confère pas de facto une force persuasive à un acte illocutoire propositionnel. Encore faut-il qu'il satisfasse l'exigence philosophique de justification des justifications. Ainsi qu'Anne Meylan la caractérise, cette exigence revient à réclamer que soit explicité l'élément justificateur ou la fonction justificatrice d'une justification invoquée en appui à une position<sup>8</sup>. Pour qu'on puisse considérer qu'une justification opère véritablement, il faut que soit identifié ce par quoi elle justifie. C'est là une exigence formelle : pour qu'on puisse reconnaître qu'une justification en est vraiment une, il importe que son *modus operandi* justificateur soit repéré ou puisse être repéré.

Les justifications épistémiques et pratiques sont susceptibles de satisfaire l'exigence de justification des justifications. Elles ne le font évidemment pas toujours de façon effective, mais on voit clairement comment, en principe, elles peuvent exercer une fonction justificatrice : par une indication de nature descriptive, explicative, démonstrative, cognitive ou motivationnelle. Par exemple, la justification épistémique d'une affirmation peut receler en quoi elle est exacte et celle d'un témoignage en quoi il est probant. De même, la justification pratique d'un conseil et d'une recommandation peut indiquer ce qui les légitime ou les autorise. C'est selon qu'est spécifié ou non l'élément justificatif ou la fonction justificatrice de la justification épistémique et pratique qu'il est

---

<sup>8</sup> Pour un compte rendu et une analyse détaillés, je me permets de renvoyer à « La déficience argumentative des justifications morales dans le débat public ». Rappelons seulement ici que l'exigence de justification des justifications s'impose en raison du caractère fallible du recours à une justification. Il n'est jamais assuré : une justification peut ne pas réussir à justifier; elle est une prétention à fonder un point de vue qui peut ne pas être actualisée.

possible de statuer si elle opère ou reste improductive. Une justification épistémique dont on ne voit pas comment elle fonde une affirmation ou un témoignage et une justification pratique dont on ne voit pas comment elle fonde un conseil ou une recommandation se trouve prise en défaut : elle manque à véritablement justifier.

Elle peut aussi manquer à persuader. Non pas au sens d'être carencée dans la visée persuasive qu'elle sert, mais de faillir à atteindre cet objectif de persuasion. L'affirmation, le témoignage, le conseil et la recommandation qui reposent sur une justification épistémique ou pratique dont ne paraît pas l'élément justificatif ou la fonction justificatrice voit sa disposition persuasive annihilée. Son potentiel persuasif peut cependant être restauré si, ce qui est en principe possible, un élément justificateur ou une fonction justificatrice lui est a posteriori attribuée.

Contrairement aux justifications épistémique et pratique, la justification morale ne peut pas satisfaire l'exigence de justification des justifications. Ce n'est pas que ses occurrences ponctuelles faillent de fait à expliciter un élément de justification ou une fonction justificatrice, mais, plus radicalement, que la justification morale en elle-même se trouve dans l'impossibilité inhérente de le faire. On ne voit absolument pas ce que pourrait être pour une justification morale l'équivalent de ce qu'est une indication descriptive, explicative, démonstrative, cognitive ou motivationnelle pour les justifications épistémique et pratique. Qu'est-ce qui, en effet, pourrait être identifié dans une justification morale comme un élément justificateur ou une fonction justificatrice apte à fonder un point de vue? Les valeurs, principes, normes, obligations et autres constituants moraux sont à ce point abstraits et théoriques qu'ils ne peuvent pas s'appliquer de façon directe ou nette aux situations concrètes à propos desquelles ils sont convoqués dans les débats publics. Ils peuvent peut-être inspirer une position à prendre sur un enjeu social ou influencer sur elle, mais ce lien reste tellement suggestif et lâche qu'on ne peut pas le caractériser comme un rapport fondationnel. Autrement dit, les justifications morales ne justifient pas réellement. C'est seulement par un abus de langage que peut être accolé aux valeurs, principes, normes, obligations et autres constituants moraux invoqués dans les débats publics une aptitude persuasive.

Cela étant, la force persuasive du binôme argumentatif formé d'un acte illocutoire justificateur constitué d'une justification morale en appui à un acte illocutoire propositionnel est totalement nulle. Même si le locuteur qui y a recours est animé d'une intention persuasive -ce qui

apparaît être normalement le cas-, l'argument qu'il énonce est, lui, démuné de tout potentiel persuasif. Comme l'acte illocutoire justificateur constitué d'une justification morale ne justifie pas véritablement l'acte illocutoire propositionnel, il ne lui imprime pas de teneur persuasive. Par exemple, un conseil justifié par une valeur morale n'a aucune force persuasive parce que la valeur ne le fonde pas.

Une façon de dévoiler la nullité justificative et persuasive des justifications morales est de mettre en évidence que la proposition contraire à celle à l'appui de laquelle elles sont invoquées ne leur est pas incompatible. Par exemple, certains défenseurs de l'interdiction du port de signes religieux par les agents de l'État expriment eux aussi leur adhésion à la valeur de la liberté de conscience et de religion qui est invoquée par ses détracteurs. Autre exemple. Il est souvent soutenu qu'un plus grand partage de la richesse collective est justifié par la valeur de la justice sociale. Mais il est tout à fait possible de s'opposer à certaines formes de partage de la richesse au nom d'un certain type de justice sociale ou du moins de contester qu'un certain type de justice sociale justifie une forme donnée de partage de la richesse. C'est ainsi que John Rawls (1999) rejette tout principe de justice distributive pour justifier un partage de richesses entre les peuples.<sup>9</sup> Au contraire de la justification morale, les justifications épistémique et pratique ne sont pas compatibles avec la proposition contraire à celle à l'appui de laquelle elles sont invoquées. Par exemple, la justification épistémique du montant de 13 milliards de dollars reçu annuellement en péréquation pour soutenir qu'il est rentable pour le Québec de faire partie de la fédération canadienne n'est pas compatible, *mutatis mutandis*, avec la position selon laquelle il n'est pas rentable pour le Québec d'appartenir à l'ensemble canadien. De même, la justification pratique du risque de fuites qui fonde l'opposition à la construction de gazoducs n'est pas compatible avec sa défense.

Non seulement, une justification morale ne lui est-elle pas incompatible, mais elle peut même être offerte comme justification à la proposition adverse de celle qu'elle sert le plus communément à justifier. Ainsi, certains intervenants dans le débat sur le port de signes religieux par les agents de l'État avancent que la liberté de conscience et de religion justifie une interdiction faite aux enseignants d'afficher de quelque façon leur appartenance religieuse afin d'éviter que soit exercé un prosélytisme ou seulement une influence indue sur leurs élèves. De même, un partisan de la théorie du ruissellement pourrait très bien

---

<sup>9</sup> Voir à ce propos Jocelyne Couture (2004).

soutenir que la valeur de la justice sociale justifie l'enrichissement des personnes les plus riches plutôt qu'un plus grand partage de la richesse collective. Ici encore, cela n'est pas possible pour les justifications épistémique et pratique. Il y aurait contradiction, toutes choses étant égales par ailleurs, à justifier la position qu'il n'est pas rentable pour le Québec de faire partie du Canada par le fait qu'il reçoit 13 milliards de dollars par année en péréquation. Il y aurait aussi contradiction à justifier par des risques de fuite la défense de la construction de gazoducs. Si, ainsi, une justification morale n'est pas incompatible avec la position contraire de celle qu'elle justifie et qu'elle peut même justifier cette proposition contraire, c'est qu'elle n'a pas, dans sa teneur, capacité à persuader de l'une ou de l'autre position.

C'est en considérant à tort qu'elle justifie véritablement qu'on peut erronément attribuer à une justification morale la faculté de pouvoir être mise au service d'une visée persuasive. Les intervenants dans des débats qui invoquent des justifications morales leur attribuent un usage persuasif qu'elles n'ont pas en postulant erronément qu'elles comportent un élément justificateur ou une fonction justificatrice. Les intervenants dans le débat sur l'interdiction du port de signes religieux par les agents de l'État qui invoquent la justification morale de la liberté de conscience et de religion et ceux qui dans le débat sur une plus grande répartition de la richesse collective invoquent la justification morale de la justice sociale se trouvent ainsi dans une situation de porte-à-faux. Ils présupposent, sans que ce soit véritablement le cas, que la justification morale sur laquelle ils fondent leur position la justifie et qu'elle peut donc susciter l'adhésion.

La portée persuasive des justifications morales n'est pas substantielle. On peut aussi noter qu'elles sont frappées d'un défaut de vérifiabilité et de falsifiabilité. Comme leur bien-fondé ne peut pas être établi, on ne peut pas imaginer comment elles pourraient être tout autant infirmées que confirmées. Au contraire des justifications épistémique et pratique, une justification morale ne peut pas être prise en défaut parce qu'elle est démunie dans sa nature même de force persuasive.

### **3. Ce que veut dire être persuadé par une justification morale**

Malgré qu'elle soit frappée de nullité persuasive, l'usage d'une justification morale peut néanmoins, de fait, parvenir à persuader un allocataire. Il peut adhérer à un point de vue ou adopter une conduite qui lui sont proposés par l'invocation d'une valeur, d'un principe ou de quelque autre constituant moral même si, en tant que tel, cette valeur, ce

principe ou cet autre constituant moral n'a aucune force persuasive. En dépit de l'incapacité des deux justifications morales à fonder effectivement ces positions, il est possible qu'un allocataire soit persuadé d'être contre l'interdiction du port de signes religieux par les agents de l'État en raison de la liberté de conscience et de religion et qu'il soit en faveur d'une plus grande répartition de la richesse collective en raison de la justice sociale

Rappelons que c'est parce que la persuasion est un effet perlocutoire qu'il est ainsi possible que les justifications morales aient pour résultat de persuader même si elles sont démunies de force persuasive. L'allocataire est le maître d'œuvre autonome de l'effet persuasif. Une justification morale peut initier un mouvement menant à la persuasion, mais elle n'en est pas par elle-même la cause; elle en crée seulement l'opportunité saisie par l'allocataire. Une justification morale peut ouvrir la possibilité que l'allocataire soit persuadé, mais l'actualisation de la persuasion relève fondamentalement de la réaction psychologique de l'allocataire.

On peut comprendre que les justifications épistémique et pratique puissent persuader. Même s'il n'est pas toujours réalisé, elles ont le potentiel pour atteindre cet objectif. La justification épistémique du montant de 13 milliards de dollars reçu en péréquation par le Québec fournit une raison à l'allocataire d'être convaincu de la rentabilité de faire partie de l'ensemble canadien. La justification pratique du risque de fuites fournit une raison à l'allocataire d'être convaincu de l'opposition à la construction de gazoducs. Il est moins aisé de saisir comment un allocataire peut être néanmoins convaincu par une justification morale qui ne possède aucun pouvoir persuasif.

Une stratégie heuristique adéquate pour éclairer cette possibilité est de comparer l'attitude de l'allocataire à l'égard d'une justification morale qui le persuade à celle qu'il a à l'égard, d'une part, d'une justification épistémique ou pratique et, d'autre part, d'une justification morale qui ne le persuade pas. En quoi consiste la réaction de l'allocataire quand il n'est pas persuadé par une justification? Si l'on écarte le cas périphérique où l'allocataire ignore purement et simplement une justification épistémique ou une justification pratique, deux voies différentes s'offrent à l'allocataire pour ne pas être persuadé.

La première est de présenter à l'encontre de l'argument que justifient la justification épistémique ou pratique un argument contraire reposant sur des justifications autres. À l'argument de la rentabilité pour le Québec d'appartenir à la fédération canadienne dont la justification est

le montant de 13 milliards de dollars qu'il reçoit annuellement en péréquation, l'allocutaire peut opposer l'argument qu'il serait avantageux pour le Québec d'être politiquement indépendant du Canada ayant cette autre justification épistémique de la pleine maîtrise de ses ressources et des leviers de son développement économique. De même, un allocutaire peut opposer au refus de la construction de gazoducs dont la justification est le risque de fuites son appui ayant cette autre justification pratique de ses retombées économiques et des besoins énergétiques qu'elle comblera. Dans les deux exemples, l'allocutaire ne traite pas des justifications épistémique et pratique du montant de péréquation reçu par le Québec et du risque de fuites des gazoducs. Il court-circuite leur visée persuasive sans les contredire en leur opposant de l'extérieur des justifications différentes.

La seconde façon par laquelle l'allocutaire peut ne pas être persuadé par une justification épistémique ou une justification pratique est de les confronter directement. Un allocutaire peut mettre en doute le montant 13 milliards de dollars reçu par le Québec en péréquation et relativiser le risque de fuites des gazoducs. En contestant la teneur des deux justifications, l'allocutaire bloque leur force persuasive et ne se laisse pas convaincre de la rentabilité pour le Québec de demeurer au sein de l'ensemble canadien et de l'opposition à la construction de gazoducs.

La première voie, celle de l'opposition argumentative, peut être empruntée par l'allocutaire pour ne pas être persuadé par un argument à justification morale. L'allocutaire peut globalement le rejeter au profit de l'argument contraire sans discuter de la justification morale. Ainsi, des intervenants appuient l'interdiction du port de signes religieux par les agents de l'État en invoquant la neutralité de l'État sans considérer la liberté de conscience et de religion. De même, certains opposants à une plus grande répartition de la richesse collective font seulement valoir l'idée de ruissellement sans évoquer la valeur de la justice sociale. L'allocutaire se trouve alors à simplement contrer les valeurs de liberté de conscience et de religion et de justice sociale en leur opposant des justifications amORALES.

La seconde voie de la contestation frontale n'est pas praticable par l'allocutaire pour ne pas être persuadé par un argument à justification morale. L'allocutaire ne peut pas mettre en question ni même discuter d'une justification morale, du moins de la même façon qu'il peut discuter d'une justification épistémique ou d'une justification pratique. Il ne peut pas faire un examen des valeurs de la liberté de conscience et de religion et de justice sociale qui en soupèserait différents degrés ou en supputerait

des modalités ontologiques distinctes. La raison en est que les valeurs et autres éléments moraux constitutifs de justifications morales sont des idéaux abstraits.

S'il ne lui oppose pas une justification différente, la seule attitude que peut avoir un allocataire à l'égard d'une justification morale d'un argument qui ne le persuade pas est de purement et simplement l'ignorer. En faisant ainsi l'impasse sur la justification morale, l'allocataire la disqualifierait dans sa prétention persuasive. C'est parce que de la sorte il refuserait d'emblée, sans autre forme de procès et sans véritablement statuer sur elles, les justifications morales de la liberté de conscience et de religion et de la justice sociale que l'allocataire pourrait ne pas être persuadé d'être contre une interdiction du port de signes religieux par les agents de l'État en raison de la liberté de conscience et de religion et en faveur d'un plus grand partage de la richesse collective en raison de la justice sociale.

Au total, la réaction de l'allocataire qui n'est pas persuadé par une justification morale ne la critique pas : soit il ne la remet pas en question en opposant un contre-argument exogène à l'argument qu'elle justifie, soit il affiche à son égard une fin de non-recevoir.

C'est la face inverse de cette deuxième voie qui préside à la persuasion d'un allocataire par une justification morale. Il l'admet alors d'entrée de jeu sans la discuter comme il le ferait si, au contraire, il la récusait. Un allocataire peut être persuadé d'être contre l'interdiction du port de signes religieux par les agents de l'État en raison de la liberté de conscience et de religion et d'être en faveur d'une plus grande répartition de la richesse collective en raison de la justice sociale quand il souscrit aux deux justifications morales sans les questionner. La réaction qui induit sa persuasion est entièrement et seulement intuitive et non réflexive.

Qu'elle exerce ou non un effet de persuasion chez un allocataire, une justification morale est toujours à prendre ou à laisser : l'allocataire y acquiesce ou la rejette en bloc sans en débattre.

#### **4. Conclusion**

L'analyse qui précède de la portée persuasive des justifications discursives peut être condensée dans les points suivants :

- Une proposition exprimée sous la forme d'une opinion, c'est-à-dire qui est sans justification, n'a aucune force persuasive.

- Les justifications épistémique et pratique ont un potentiel persuasif. Pour que cette puissance persuasive se traduise en acte, pour que le potentiel persuasif des justifications épistémique et pratique soit exploité, il faut que soit spécifié leur élément justificateur ou leur fonction justificatrice.
- La justification morale n'a aucun potentiel persuasif du fait que ne peut lui être reconnu ou attribué un élément justificateur ou une fonction justificatrice.
- Indépendamment de son inaptitude intrinsèque, la justification morale peut néanmoins susciter un effet persuasif si l'allocutaire la reconnaît de manière irraisonnée, c'est-à-dire y adhère sans la discuter.

Si les justifications morales sont démunies de pouvoir persuasif, comment expliquer leur emploi, relativement important, dans le débat public? Comment comprendre qu'on y ait recours pour appuyer une position dans la discussion d'un enjeu social? Il est probable que leurs utilisateurs leur prêtent a priori une force persuasive sans trop s'interroger sur cette attribution. Ce qui motive ce crédit spontané, c'est la grande faveur immédiate dont jouissent de nos jours les valeurs, principes et autres constituants moraux. Une fois cette considération accordée, il est aisé de supposer qu'ils comportent une force persuasive conséquente. C'est parce qu'elles font instantanément l'objet d'une reconnaissance et d'un capital de sympathie irrépréhensibles qu'il est si naturel d'invoquer la liberté de conscience et de religion et la justice sociale pour soutenir l'opposition à l'interdiction du port de signes religieux par les agents de l'État et l'idée d'un plus grand partage de la richesse collective même si, formellement et techniquement, le potentiel persuasif de ces deux justifications morales est nul.

La grande prégnance de la préoccupation éthique qui a cours aujourd'hui accentue la propension à assigner un contenu justificateur et donc aussi une portée persuasive aux valeurs, principes et autres constituants moraux. Dans la mesure où les justifications morales souffrent d'une déficience argumentative et de la carence persuasive qui en résulte, leur usage dans le débat public participe à sa méséthicismation : un recours inflationniste à l'éthique dans la discussion des enjeux sociaux<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Pour une analyse détaillée de la notion de *méséthicismation*, voir Gilles Gauthier (2019). On pourrait soutenir la thèse normative que cette méséthicismation a pour effet bénéfique d'humaniser les échanges. Mais il faudrait néanmoins admettre que le prix à payer pour cette pacification est une compréhension incorrecte de la nature et de l'efficacité des justifications morales.

La déficience persuasive des justifications morales est également révélatrice du pouvoir indûment attribué au discours. La représentation pragmatique du discours, dont la théorie des actes de discours est l'une des figures de proue, conduit familièrement à lui reconnaître une puissance d'agir. En admettant que parler c'est faire, on accorde une efficience à la parole. Mais à défaut d'être affermi par une démonstration, cet octroi risque d'être à tort trop automatique et global. La distinction entre actes illocutoires et effets perlocutoires permet d'établir un premier critère général pour différencier un pouvoir discursif direct et effectif et un simili pouvoir discursif secondaire. Dans Gilles Gauthier (2022b), j'ai commencé à caractériser cette différence de la façon suivante. Un investissement déontique est concomitant à l'accomplissement des actes illocutoires. Une action qui peut être effectuée *en* parlant implique des droits, des responsabilités, des devoirs, des obligations, des autorisations, des privilèges, des sanctions et d'autres instances modales du genre. Par exemple, un ordre présuppose une autorité du locuteur qui (s'il est effectué avec succès) entraîne une obligation pour l'allocutaire de l'exécuter. Quant à elle, une promesse engage le locuteur à l'exécuter et place l'allocutaire dans une position d'attente qu'elle sera respectée. C'est dans cette dynamique déontique que réside la capacité du discours d'ordonner, de promettre et d'effectuer tous les autres actes illocutoires.

Aucun engagement déontique semblable ne va de pair avec les effets perlocutoires. Intimider, décevoir, effrayer et blesser ne présupposent ni n'impliquent des droits, des obligations ou quelque autre autorisation ou interdiction de ce type. C'est à défaut d'avoir une telle charge déontique qu'il n'est pas possible discursivement d'uniquement intimider, décevoir, effrayer ou blesser. L'accomplissement de ces actes perlocutoires dépend de l'accomplissement d'actes illocutoires. Par exemple, c'est en accomplissant un ordre qu'on peut intimider, une promesse (qu'on ne tient pas) qu'on peut décevoir, une menace qu'on peut effrayer et une critique qu'on peut blesser. C'est très précisément en vertu de leur engagement déontique que les actes illocutoires peuvent entraîner ces effets perlocutoires qui, eux, en sont démunis. Par exemple, c'est parce qu'une position d'autorité est concomitante à un ordre que l'allocutaire peut en être intimidé.

Il est donc erroné d'affirmer, comme on le fait ordinairement, que le discours peut intimider, décevoir, effrayer ou blesser. Il ne peut s'agir

là que d'un raccourci pour signifier que l'accomplissement d'un acte illocutoire peut avoir cet effet perlocutoire<sup>11</sup>.

La persuasion est également un acte perlocutoire. Les justifications épistémique et pratique peuvent avoir un potentiel persuasif. Dépourvue de toute force persuasive, la justification morale est dans l'incapacité de persuader, à moins que l'allocutaire lui en prête faussement le pouvoir.

## Références

- AUSTIN J.L. 1962. *How to Do Things With Words*. Cambridge : Cambridge University Press.
- COUTURE, Jocelyne. 2004. « Domination et distribution ». *Bulletin d'histoire politique*, 12(3), 35-47.
- GAUTHIER, Gilles. à paraître. « Le mécanisme de production de l'offense discursive ».
- GAUTHIER, Gilles. 2022a. « L'argumentation », Charron, Jean (sous la dir. de), *La communication publique. Pratiques et enjeux*, Montréal : Presses de l'Université de Montréal, 113-132.
- GAUTHIER, Gilles. 2022b. « Le pouvoir des actes de discours ». *Interstudia*, 33, 13-27.
- GAUTHIER, Gilles. 2019. « Éthique et rationalité. La méséthicismation du débat public ». *Revue française d'éthique appliquée*, 7, 89-104.
- GAUTHIER, Gilles. 2010. « Le problème du repérage des arguments. Le cas de l'éditorial journalistique », *Communication*, 28, (1), 2010, 71-100.
- RAWLS, John. 1999. *The Law of Peoples*. Cambridge : Harvard University Press.
- SEARLE, J. R. 1979. *Expression and Meaning. Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge : Cambridge University Press.
- SEARLE, J. R. 1978. « Literal meaning ». *Erkenntnis*, 13(1), 207-224.
- Searle, J. R. 1975. « Indirect Speech Acts », Cole, P.; Jerry Morgan (eds.), *Semantics 3. Speech Acts*. New York : Academic Press, 59-82.
- SEARLE, J. R. 1969. *Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge : Cambridge University Press.
- MEYLAN, Anne. 2015. *Qu'est-ce que la justification?*. Paris : Vrin.

---

<sup>11</sup> Dans Gilles Gauthier (à paraître), je soutiens qu'il en va de même pour l'offense discursive : que le discours ne cause pas d'offense, mais est seulement une occasion de sa production.