



La problématique des valeurs culturelles;

Peter Stockinger

► To cite this version:

Peter Stockinger. La problématique des valeurs culturelles;. Valeurs. Aux fondements de la sémiotique, Editions L'Harmattan, 2015, 9782336389189, 2336389185. hal-03206093

HAL Id: hal-03206093

<https://hal.science/hal-03206093>

Submitted on 22 Apr 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

La problématique des valeurs culturelles

Peter Stockinger

Institut National des Langues et Civilisations Orientales – INALCO

Fondation Maison des Sciences de l'Homme (FMSH)

Paris, février 2013

Sommaire

RESUME	3
INTRODUCTION	4
1. OBJET ET OBJET DE VALEUR	5
2) UN POINT DE VUE PRAGMATIQUE SUR LA PROBLEMATIQUE DE LA VALEUR.....	7
3) ESPACE AXIOLOGIQUE ET VALORISATION ENONCIATIVE	10
4) LA STRUCTURE AXIOLOGIQUE	12
CONCLUSION ET PERSPECTIVES.....	14
BIBLIOGRAPHIE.....	15

Résumé

Dans cet article, nous explorons la problématique des *valeurs culturelles* que sont des *objets* au sens le plus large du terme formant le cadre de *référence* aux agissements d'un acteur humain ou anthropomorphe (personne, groupe social, institution, personnage de fiction, ...). Ce sont des objets aussi bien matériels que symboliques, inanimés ou animés, naturels ou artificiels (au sens de produits, de réalisations) qui servent de *normes*, de *traditions*, de *visions partagées*, de *pensées de groupe*, de *doctrines*, de *savoir-faire* (de « *bonnes pratiques* »), d'*exemples* (au sens d'*exemplum*), de *textes de référence*, de *récits de référence*, etc. La fonction principale de ces « objets » lato sensu est de former l'*identité* (toujours mouvante) d'un acteur (individuel ou collectif) comprise à la fois comme une *position* dans un espace social qui constitue l'environnement (la « *Umwelt* ») de l'acteur et comme une *frontière* (une « *interface* ») par rapport aux autres acteurs.

L'acteur occupe et organise un territoire (pas exclusivement physique) qui lui est propre et qu'on appelle *monde de vie*. En se référant à, en « utilisant » les objets comme *standards* dans son faire (dans sa pratique), l'acteur crée, produit « *son* » monde – aussi bien matériel que symbolique, social qu'historique. En même temps, les objets composant les valeurs culturelles de l'acteur, lui permettent une certaine image, crée, produit une certaine expression de lui (de sa « *vie intérieure* »). Cette « image » analogiquement parlant correspond à ce que le sociologue Ervin Goffman a appelé la *face sociale*, la face sociale étant à la fois la *frontière* séparant un acteur d'autres acteurs et l'*interface* au sens d'un texte vivant et multi-sensoriel qui exprime, qui s'exprime d'une manière plus ou moins appropriée aux contextes spécifiques.

Voici le champ problématique des *valeurs culturelles* que nous nous proposons de regarder de plus près. Ceci étant, notre article possède un caractère exploratoire. Il témoigne de certaines de nos préoccupations de recherche actuelle sur la description de pratiques de communication des organisations et la production, diffusion et exploitation de patrimoines de connaissances sous forme de ressources numériques.

Introduction

Nous considérons, dans cet article la valeur comme une *propriété* ou encore une *qualité* qui est le résultat d'une sorte d'interaction entre d'une part l'*expression* (la *phénoménalité*) d'un objet lato sensu et d'autre part le sujet - limité ici à l'*acteur* humain (ou, du moins, anthropomorphe) – qui possède à la fois une *certaine capacité d'interpréter* et de *comprendre* l'objet dans son expression phénoménale ainsi qu'un *intérêt pratique* de s'en soucier.

L'objet dans sa phénoménalité relative à un acteur donné (i.e. à une personne, à un groupe, à une organisation, à une institution, etc.) se constitue donc dans cette interaction spécifique comme *objet de valeur* à proprement parler, comme un *bien* auquel « tient » (pour parler avec Dewey), plus ou moins et pour des raisons les plus diverses, l'acteur. Un bien peut être « n'importe quoi » : corps inanimé, corps vivant, artefact, édifice et ouvrage, événement, lieu, date ou période, expression acoustique ou visuelle, etc. Il faut ainsi distinguer entre :

1. les *objets lato sensu* en tant que *phénomènes*, du point de vue de leurs formes d'expression qui forment des biens (potentiels), des systèmes de biens pour un acteur donné ;
2. les *thèmes* (i.e. les connaissances ou croyances) composant le *cadre épistémique* de référence selon lesquels l'acteur attribue un sens spécifique aux objets ;
3. l'*intérêt pratique* (i.e. la praxis) qui transforme un objet quelconque en un bien ;
4. et, enfin, la *propriété* ou la *qualité axiologique en elle-même* qui se compose de plusieurs axes ou dimensions sémantiques dont, plus particulièrement l'axe *thymique*, l'axe de la *hiérarchisation préférentielle* et l'axe *modal*.

Le fait que quelque chose devient une *valeur* – un « bien » – pour l'acteur, le fait que l'acteur « tient à quelque chose », ce fait est essentiellement enraciné dans, motivé par le *rôle* ou la *fonction* que joue ce « quelque chose » (est supposé jouer ce « quelque chose ») dans la *vie pratique* de l'acteur, dans son *faire*. Ainsi distingue-t-on, comme on le sait, d'une manière très récurrente, entre plusieurs types fonctionnels de valeur dont, par exemple :

1. la *valeur de base* (i.e. le bien, l'objet de valeur *lato sensu* qui sert de motif et d'objectif à une action, au faire d'un acteur) ;
2. la *valeur d'usage* (i.e. le bien, l'objet de valeur *lato sensu* qui « sert » - plus ou moins bien – à la réalisation, à la satisfaction d'un objectif) ;
3. la *valeur d'échange* (i.e. le ou les biens, le ou les objets de valeur *lato sensu* qui circule(nt) entre différents acteurs en fonction d'un objectif partagé ou supposé être partagé par les parties prenantes dans l'échange) ;
4. la valeur *agonistique/antagonistique* (i.e. le bien, l'objet de valeur *lato sensu* définie comme un bien lié à deux sujets qui se trouvent dans un rapport polémico-consensuel en référence à un contrat – social, de communication, ... – présupposé)
5. et, enfin, la *valeur culturelle* (le bien, l'objet de valeur *lato sensu* qui sert de *référence* – de *norme*, de *tradition*, de *vision* (au sens de *Weltanschauung*) *partagée*, d'*évidence*, de *doctrine*, de savoir-faire (de « bonne pratique »), d'exemple (au sens d'*exemplum*), de texte de référence, de

récit de référence, etc. – pour réaliser une action avec succès, pour juger l'évolution de l'action et ses résultats).

Notre étude porte plus particulièrement sur cette dernière catégorie des valeurs que nous appelons donc *valeurs culturelles*. Elles forment en quelque sorte l'*identité* (toujours mouvante) d'un acteur (individuel ou collectif) et le *cadre* auquel l'acteur se réfère dans ses actions – elles caractérisent, autrement dit, la *position* spécifique de l'acteur dans un monde qui forme son environnement.

Si on se réfère au modèle du *schéma narratif* de Greimas, on retrouve ce type particulier de valeurs aussi bien du côté de la *sémiotique de la manipulation* que de celle de la *sanction* sous forme de standards (de « modèles ») dont se sert le *sujet dit manipulateur* pour influencer, orienter le faire de l'actant sujet, et l'actant « judicateur » pour évaluer et sanctionner le faire de l'actant-sujet.

Il s'agit d'un article exploratoire qui comporte des hésitations à la fois terminologiques et théoriques. Il témoigne de nos recherches actuelles sur une *sémiotique intégrée du texte*, des *cultures* et du *monde de vie* (d'un acteur) en tant que cadre de référence théorique pour la gestion de connaissances (par exemple, dans le cadre d'une approche dite linguistique des archives numériques), la communication des organisations et la communication interculturelle.

1. Objet et objet de valeur

Considérons la distinction opérée par John Searle¹ entre, d'un côté, les objets et faits à *caractéristiques intrinsèques* et, de l'autre côté, les objets qui possèdent leurs caractéristiques uniquement *en référence à un observateur*, qui sont, comme A.J. Greimas² les appelle des *objets de valeur* (relatifs à un *sujet cognitif*). Ainsi, par exemple, le *diamant* possède des caractéristiques « naturelles » qui lui sont « intrinsèques », qui sont indépendantes du sujet cognitif. Il s'agit de caractéristiques telles que le fait d'être composé de carbone, le fait de posséder une certaine structure cristalline, le fait d'être pourvu de propriétés physiques spécifiques, etc.

Cependant, le fait que le diamant soit un *objet très recherché dans l'industrie et la joaillerie* (donc, le fait qu'il soit un *objet de valeur*), pour lequel on n'hésite pas à débours des sommes d'argent énormes et pour l'obtention duquel on est prêt à accepter parfois les pires compromissions humanitaires, ce fait-là n'est évidemment pas intrinsèque à ce minéral. Le fait d'être un objet très recherché (parce que *très rare et « donc » socialement distinctif, beau, précieux, utile, indispensable, ...*) qualifie le diamant comme un *objet physique à statut particulier* en référence à telle industrie ou tel groupe social³.

¹ SEARLE John, *The Construction of Social Reality*, New York, The Free Press 1995

² GREIMAS Algirdas Julien et COURTÉS Joseph, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette 1979

³ Notons, en passant que le terme *objet de valeur* exprime seulement le fait que l'objet joue un *certain rôle* pour le sujet-observateur, possède une *certaine fonction* pour un agent doté d'une capacité intentionnelle. Ce n'est pas, bien sûr, la rareté ou le fait d'être cher qui transformerait un objet matériel quelconque en un *objet de valeur* : dans sa fonction d'être un *matériau de construction*, la caillasse la plus ordinaire est vraisemblablement un *objet de valeur plus apprécié* que le diamant bleu de la Couronne de France.

La distinction entre, d'une part, *objets et faits à caractéristiques intrinsèques* et, d'autre part, *objets et faits* qui possèdent leurs caractéristiques uniquement *en référence à un observateur*, retrace d'une certaine manière, la distinction entre [Nature] et [Culture] dans la théorie sémantique d'A.J. Greimas et dans l'anthropologie structurale de Claude Lévi-Strauss⁴.

Considéré dans ce sens, la valeur est une *qualité « fondamentale »* qui trace la *frontière* entre *objets indépendants de l'homme* et *objets qui n'existeraient pas si l'homme n'existait pas*, i.e. les objets du monde social avec ses pratiques, ses institutions, son organisation actorielle, sa culture, son histoire, etc.⁵

Les distinctions tracées entre d'une part *objets et faits à caractéristiques intrinsèques* et, d'autre part, *objets et faits* qui possèdent leurs caractéristiques uniquement *en référence à un observateur* sont, bien entendu, toujours formulées et définies selon les contraintes et les particularités du *langage* (i.e. de la *culture*, cf. plus loin, chapitre 4) propre à un *acteur* (à un groupe, à une institution, à un mouvement, voire à une personne).

Les *objets et faits qui n'existeraient pas si l'homme n'existait pas*, ne sont pas, cependant, « subjectifs » au sens trivial du terme. Ils constituent, au contraire, des *contraintes* tout à fait *objectives* pour chacun qui a à faire avec eux.

D'abord, faut-il distinguer entre d'une part les *objets physiques* possédant un sens spécifique en relation à un acteur humain (ou anthropomorphe) et d'autre part les *objets sociaux* lato sensu. Dans la première catégorie d'objets on trouve, bien sûr, la grande classe des *artefacts*, tous ces innombrables objets (outils, vêtements, aliments, édifices et ouvrages, œuvres, ...) fabriqués par l'homme – ce « toolmaking animal » - qui forment la partie *matérielle* de sa culture. Dans la deuxième catégorie on trouve les *langues*, les *institutions*, les *traditions*, les *règles* de tout genre, les *façons de faire et de vivre*, etc. - des exemples d'*objets cognitifs* créés par l'homme (et transmis d'une génération à l'autre) et qui forment la partie dite *immatérielle* de sa culture. Ensemble ces objets

⁴ LEVI-STRAUSS Claude, *Anthropologie structurale*, Paris, Plon 1958

⁵ Mentionnons seulement ici que pour nous, cette distinction entre « caractéristiques intrinsèques » d'un objet et « caractéristiques » d'un objet « en fonction d'un observateur » (i.e. d'un sujet-actant), a été capitale dans l'élaboration d'une *ontologie* (i.e. d'un *métalangage de description*) de corpus de textes *numériques* (et, plus spécifiquement *audiovisuels*). Un métalangage de description repose obligatoirement sur un ensemble ordonné de concepts (ou termes conceptuels) sur la base desquels on spécifie des *modèles de description* (par exemple, du plan thématique d'un corpus numérique, du plan de l'expression, du profil paratextuel, etc.). Or, « ordonner » un vocabulaire de termes conceptuels, exige des décisions relatives à la structure interne qu'on souhaite donner au dit vocabulaire. Ces décisions se reflètent sous forme de quelques *principes de construction* parmi lesquels figurent justement la distinction entre *caractéristiques intrinsèques* et *caractéristiques en référence à un observateur (à un sujet-actant)*. Ainsi, distinguons-nous, dans l'ontologie en question qui s'intitule « ASA – Atelier de Sémiotique Audiovisuelle », par exemple, entre termes conceptuels qui font partie de la classe des endurants du taxon [Objet naturel] et ceux qui font partie de la classe des endurants du taxon – très complexe – [Objet de valeur] ; nous distinguons également entre termes conceptuels qui font partie de la classe des perdurants du taxon [Processus causal] et ceux qui font partie de la classe des perdurants du taxon [Processus intentionnel] ; enfin, nous distinguons entre termes conceptuels qui font partie de la classe des régions du taxon [Région naturelle] et ceux qui font partie de la classe des régions spatiotemporelles des deux taxa [Spatialité] et [Temporalité] (pour plus d'informations, cf. STOCKINGER Peter, *Analyse des contenus audiovisuels. Métalangage et modèles de description*, Londres-Paris, Hermes Science Publications 2012 (trad. anglaise : *Digital Audiovisual Archives*, London/New York, ISTE-John Wiley 2012) et le site <http://asashs.hypotheses.org/> consacré au projet ASA-SHS).

forment le monde de vie de l'homme (ou d'un acteur « *human like* »), un monde « artificiel » créé par lui au milieu du monde naturel⁶.

Ensuite, ce monde de vie composé d'artefacts et d'objets sociaux n'est pas seulement une simple extériorisation de l'homme. Il possède sa *propre* structure, ses propres contraintes et donc crée des espaces de *liberté* et de *prescription* (des « affordances »⁷, des opportunités limitées) pour le faire de l'acteur, pour la praxis social, aussi bien pour les rituels quotidiens et professionnels que pour les tentatives de l'homme de changer son monde, de l'adapter, de l'enrichir, etc. Comme nous le savons tous très bien, toutes nos pratiques et interactions aussi bien quotidiennes que professionnelles, privées que publiques sont régies aussi bien par la structure spécifique – le « design » - du monde matériel qui forme notre milieu quotidien que par les *règles* explicites ou implicites, des *standards* éthiques, esthétiques, intellectuelles, pratiques, du « bien vivre », du « vivre heureux », etc.

Ces *objets* et *faits* qui dépendent d'un sujet cognitif, i.e. d'un *observateur* au sens de Searle, forment le *monde de vie* d'un acteur – d'une personne, d'un groupe social ou d'une institution. Ce monde de vie possède sa structure, son organisation et sa dynamique. Pour paraphraser Greimas, le *monde de vie* constitue, comme le *langage* (dont fait partie la *langue*), une *sémiotique naturelle*.

Nous rencontrons ainsi ici une deuxième acceptation du terme *valeur* qui est celle de la valeur au sens d'une *qualité de référence culturelle*. Selon cette deuxième acceptation, la valeur trace la *frontière* (mouvante) entre les objets du monde qui préexiste à un acteur (à une personne, à un groupe, à une institution, ...) et les objets qui font partie plus spécifiquement du monde de vie de l'acteur. Entendu dans ce deuxième sens, la valeur trace également la frontière (toujours mouvante) entre les objets qui font partie des mondes de vie de deux ou plusieurs acteurs différents – elle fonde ce qu'on appelle ailleurs la *différence culturelle*.

2) Un point de vue pragmatique sur la problématique de la valeur

En partant de nos observations précédentes (chapitre 1), nous pouvons affirmer, dans une première approximation, que la *valeur* est une *propriété* ou une *qualité* qui *dépend entièrement* de l'actant sujet et de sa *position* face à, de son *rapport* avec le *monde* dans lequel il se trouve, qui est pour lui une *donne* avec laquelle il doit nécessairement compter, quoiqu'il arrive. La position face au monde qui est une *donne* pour l'actant-sujet, se caractérise doublement :

1. d'une part comme un rapport de *connaissances* et de *croyances* relatives à ce monde (le sujet-actant occupe ici le rôle d'un *sujet cognitif*, et plus spécifiquement – mais pas exclusivement – celui d'un *sujet-observateur*)

⁶ BOSCH Aida, Sinnlichkeit, Materialität, Symbolik. Die Beziehung zwischen Mensch und Objekt und ihre soziologische Relevanz, dans MOEBIUS Stephan et PRINZ Sophia, *Das Design der Gesellschaft. Zur Kultursociologie des Designs*, Stuttgart – Bielefeld, transcript Verlag 2012, pp. 49 - 70.

⁷ GIBSON James J., *The ecological approach to visual perception*, Hillsdale, New York et Londres, Lawrence Erlbaum Ass. 1979

2. et d'autre part comme un rapport d'échange entre le monde et l'actant sujet en tant que *sujet pragmatique* qui est engagée dans une praxis, qui poursuit ses *projets pratiques*, qui a, autrement dit, ses *objectifs*, ses *besoins*, ses *intérêts* ou encore ses *désirs* et pour la satisfaction desquels il doit « compter » avec ce même monde.

Ainsi, une détermination plus explicite de la valeur comme *propriété* ou *qualité subjective* ne peut pas être réduite complètement à un simple rapport entre un observateur et un objet *observé*. Au contraire, elle – la valeur en tant que *propriété* ou *qualité* – est plutôt le résultat d'une sorte de *concertation* ou de *coordination* (implicite ou explicite, négociée ou pas, ...) entre deux rôles actantiels centraux : d'une part, le *sujet cognitif* (dont l'*observateur* en tant que rôle plus spécialisé du sujet cognitif) et le *sujet pragmatique*, d'autre part.

Chacun de ces deux rôles possède ses spécificités, ses « logiques » de faire (et d'être) propres : du côté du *sujet cognitif* la « logique » du faire *épistémique* de la perception, de la compréhension et de l'interprétation du monde; du côté du sujet pragmatique, la logique *pratique* d'action dans et d'interaction avec le monde.

Or, lorsqu'on s'intéresse plus particulièrement à la question des valeurs formant un *cadre de référence axiologique* d'un acteur (d'un groupe social, d'une communauté, d'une organisation sociale, ...), il faut prendre en considération cette constellation actantielle minimale et la concertation (toujours problématique) des deux « logiques » citées que sont la « logique » épistémique et la « logique » pratique.

En tant que propriété ou qualité subjective, la valeur exprime une *relation d'importance* entre le sujet-actant et l'objet (ou le monde) en tant que *lieu d'investissement axiologique*. Pour paraphraser John Dewey⁸, une valeur (un objet de valeur) est quelque chose à *quoi on tient*, quelque chose qui joue *un rôle* dans la vie de l'acteur. D'une manière plus générale, on peut rapprocher la notion de *l'importance* qu'attribue le sujet actant à un objet pour le transformer en un *bien*, à la notion de la *pertinence* telle qu'elle a été introduite par le phénoménologue et sociologue Alfred Schütz⁹ pour décrire le *monde social préconstruit*.

La valeur est la *frontière* (ou, pour utiliser une autre expression d'Alfred Schütz, l'*horizon de sens*) qui sépare le monde de vie d'un acteur (à un moment donné) du « reste » du monde, d'un « au-delà (immanent) » qui, lui, forme un lieu d'investissement axiologique *potentiel*, i.e. des « nouveaux territoires » possibles et plus ou moins probables tout au long du parcours (de vie) de l'acteur.

Etant donné donc la *praxis* dans laquelle l'acteur est engagé (en tant que sujet pragmatique) et en référence à ses *connaissances* et *croyances* (qu'il détient en tant que sujet cognitif), il *apprécie* (ou *évalue*) et *classe* le monde en un monde qui lui est pertinent et un monde qui ne l'est pas¹⁰.

⁸ DEWEY John, *La formation des valeurs*, Paris, La Découverte 2011

⁹ SCHÜTZ Alfred, *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt*, Frankfurt/Main, Suhrkamp 1977

¹⁰ Renvoyons ici aux réflexions de John Dewey sur la formation des valeurs (*op.cit.*), de G.H. von Wright sur le caractère du « bien » (« goodness ») des objets en relation à un agent (VON WRIGHT Georges Henrik, *The Varieties of Goodness*, London, Routledge & Paul Keagan 1963) ou encore de Matthias Kettner sur l'appréciation d'une pratique sociale par acteur en référence d'une part à ses objectifs et d'autre part à son cadre de référence culturel (KETTNER Matthias, *Werte und Normen. Praktische Geltungsansprüche von Kulturen*, dans JAEGER Friedrich et LIEBSCH Burkhard, *Handbuch der Kulturwissenschaften. Bd.1 : Grundlagen und Schlüsselbegriffe*, Stuttgart – Weimar, Verlag J.B. Metzler 2011, pp. 219 - 231.

Mais cette appréciation, répétons-le, il le fait en référence à ses connaissances et croyances – il le fait en référence au *cadre épistémique* auquel il se réfère et qui constitue pour lui une ressource (un *bien*) dont il a besoin pour bien mener ses projets de vie. Or, le savoir ou le croire peuvent être des ressources *plus ou moins bien appropriées* à son faire et à ses projets de faire – elles peuvent être plus ou moins bien adaptées à ses besoins, à ses souhaits ou ses désirs et ils peuvent plus ou moins bien prendre en compte la structure spécifique, les contraintes propres du monde avec lequel il doit compter. En établissent donc un rapport d'importance (de pertinence) en relation à la fois avec son faire et ses connaissances et croyances qui guident son faire, l'acteur doit compter avec les objets et leur « *Eigenverhalten* » (i.e. leur *comportement propre* « ressenti » par l'acteur dont parlent les sociologues Thomas Luckmann et Matthias Klemm¹¹), i.e. tels qu'ils existent et leurs *auras* de sens (socialement) préconstruits dont parle Beyaert-Geslin¹² en se référant à Walter Benjamin. Il y a une sorte d'interaction, de « négociation » entre la spécificité de l'objet avec son *aura* socialement préconstruit et l'acteur social interprétant (ou réinterprétant) l'objet. Pour l'acteur, ce type spécifique d'interaction ou de « négociation » a comme but d'adapter, d'intégrer l'objet dans son monde de vie et/ou, réciproquement, d'adapter, de modifier, de faire évoluer son monde de vie par rapport au monde social préconstruit ou par rapport aux mondes de vie autres que le sien. Ce processus d'adaptation réciproque (qui forme une problématique scientifique centrale dans l'épistémologie génétique de Jean Piaget¹³), présuppose en effet une *activité cognitive* quasiment permanente de l'acteur qui est celui de l'évaluation ou, d'une manière plus générale de la *valuation* (terme emprunté à Dewey¹⁴). La valuation est une activité soit « spontanée », soit réfléchie reposant sur la capacité générale de l'acteur non seulement d'identifier et d'interpréter les objets pertinents ou importants pour lui mais en plus de les *hiérarchiser* selon un *ordre de préférence* (individuel ou collectivement partagé) et, cela, en fonction justement de son cadre de référence épistémique (de ses connaissances et croyances), des spécificités de la praxis (des pratiques) dans laquelle (lesquelles) il est engagé et de ses propres intérêts ou désirs.

Ainsi, lorsqu'on parle de la valeur comme le « résultat » d'une concertation entre les deux rôles actantiels – le sujet cognitif (observateur) et le sujet pragmatique, cette concertation est *déterminée par le faire* et les contraintes propres du faire du sujet pragmatique. Autrement dit, c'est en quelque sorte la *qualité* – la *valeur* – d'un cadre épistémique pour l'acteur engagé dans ses projets de vie qui en fait pour lui (à tort ou à raison) une *ressource*, i.e. un « réservoir » de modèles dont il se sert (spontanément ou après réflexion) dans des situations concrètes. C'est en effet l'*expérience* (aussi

¹¹ LUCKMANN Thomas, *Lebenswelt und Gesellschaft. Grundstrukturen und geschichtliche Wandlungen*, Paderborn/Wien/München/Zürich, Schöningh Verlag 1980; KLEMM Matthias, *Das Handeln der Systeme. Soziologie jenseits des Schismas von Handlungs- und Systemtheorie*, Bielefeld, transcript Verlag 2010

¹² BEYAERT-GESLIN Anne, *Sémiotique du design*, Paris, PUF 2012

¹³ PIAGET Jean, *Einführung in die genetische Erkenntnistheorie*, Frankfurt/Main, Suhrkamp Tb Wissenschaft 1973

¹⁴ DEWEY J., *op.cit.*

bien sous forme d'une *tradition* – institutionnalisée ou non - que d'un *vécu* personnel) qui trace la *pertinence*, l'*importance* d'un savoir pour un acteur et qui fait de ce dernier un *thème* au sens phénoménologique du terme¹⁵, i.e. un cadre de référence à la fois *axiologique* (lato sensu) et *épistémique* qui régule les agissements, le comportement, l'identité d'un acteur et à travers lequel il voit et interagit avec le monde et l'autrui.

3) Espace axiologique et valorisation énonciative

La coordination très particulière entre les deux rôles actantiels cités présuppose une sorte de *contrat axiologique* – notion introduite en sémiotique narrative par Sorin Alexandrescu¹⁶ (Alexandrescu 1983). L'objet de ce contrat est la définition d'un *espace axiologique de référence* pour un acteur social – espace axiologique dans lequel non seulement le « contenu » des thèmes (ou *topoi* au sens classique de *lieux de connaissances et de croyances*) mais aussi leur *poids*, leur *statut de pertinence* ou d'*importance* est partagé (ou supposé être partagé) par tous ceux ou toutes celles qui participe « à la vie » de l'acteur social en question. Un acteur social peut être, rappelons-le, un acteur individuel (une personne) ou un acteur collectif (une organisation, une institution, un mouvement, une communauté, etc.).

La contribution de Sorin Alexandrescu reprend et approfondit en effet les propositions de Greimas au sujet de l'axiologisation des catégories sémantiques. Selon Greimas, toute catégorie sémantique est *potentiellement* susceptibles d'être axiologisée (en référence à l'échelle thymique) et peut former, seule ou en combinaison avec d'autres catégories sémantiques, des *micro-univers de valeurs* justement pour un acteur donné¹⁷.

Par exemple, un thème définissant les états et les rapports sociaux peut être investi par une valeur telle que le *respect* au sens où on parle, par exemple, du *respect d'une personne âgée, d'une personne hiérarchiquement supérieure, d'une personne fragile ou malade, etc.* Dans un espace axiologique spécifique, ce thème peut ainsi acquérir le statut d'une *valeur de base*, d'une valeur fondamentale (d'un dogme). Mais, comme l'histoire sociale nous le montre, dans d'autres espaces axiologiques, ce même thème peut être axiologisé différemment : comme une valeur sujette à caution (i.e. « respecter une personne hiérarchiquement supérieure *seulement si* ... »), comme un bien simplement utilitaire (respecter une personne hiérarchiquement supérieure *seulement si ce respect permet d'atteindre tel ou tel objectif*, ...), voire comme une valeur négative relative (le respect des personnes supérieures *est à rejeter sauf dans certaines conditions*) ou absolue (le respect des *personnes supérieures est à rejeter* « à priori »).

¹⁵ Un *thème* au sens phénoménologique est un *lieu de savoir* ou encore une *qualification* (i.e. une définition-appréciation) d'objets, d'états, de faits formant le monde de vie d'un acteur ainsi que de sa vision de ce monde à lui et de son environnement ; cf. SCHÜTZ Alfred, *op.cit.*

¹⁶ ALEXANDRESCU Sorin, Axiologique (contrat -), dans GREIMAS Algirdas Julien et COURTÉS Joseph, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Tome 2, Paris, Hachette 1986, pp.26-27

¹⁷ GREIMAS Algirdas Julien et COURTÉS Joseph, *op.cit.*

Ceci dit, la dimension axiologique recouvre un double aspect déjà noté par J. Courtés¹⁸ à dissocier :

- L’axiologique dit *énonciatif*: La *valorisation des thèmes eux-mêmes* dans un espace axiologique spécifique qui sert de référence à un acteur donné.
- L’axiologique dit *énoncif*: La *dimension axiologique (marquée ou non-marquée) dans la qualification* (le « contenu ») *d’un thème* au sens de lieu de connaissance et de croyance.

Ici nous ne sommes concernés que par le premier aspect, i.e. l’axiologique dit énonciatif qui est le « mécanisme » sous-jacent à l’assignation d’un statut axiologique spécifique à un lieu de connaissance (à un thème au sens phénoménologique) et à sa transformation en un standard, un modèle à suivre d’une manière plus ou moins inconditionnelle, plus ou moins libre, etc.

Prenons des exemples concrets provenant de l’importante *European Value Study* de la Tilburg University aux Pays Bas¹⁹. Cette étude, menée depuis 1981, interroge des milliers de personnes dans différents pays européens (en 2008 pas moins que 42 pays) sur leurs adhésion à des valeurs identifiées préalablement dans des domaines sociaux aussi importants que la *famille*, les *relations sociales*, la *politique*, l’*économie*, le *travail* ou encore la *religion*.

Ainsi, en ce qui concerne le domaine de la religion, il semble que plus que les $\frac{3}{4}$ de tous les interrogé(e)s se considèrent comme croyants et considèrent que la *foi joue un rôle important* dans leur vie. Mais une grande partie des mêmes personnes interrogé(e)s ne se reconnaissent plus (ou plus exclusivement) comme adhérent à une église spécifique :

« ... »People pick and choose religious beliefs, doctrines and practices and they are mixing and matching them, as they would select food in a cafeteria. Sociologists talk about this trend as a 'cafeteria religion', or as 'church-free spirituality'. Europeans remain religious, their approach is eclectic, and they borrow ideas from several traditions. Meanwhile many institutionalized churches, especially in the West, are running empty.”²⁰

Dans cette citation, on peut bien distinguer les « logiques » spécifiques des deux plans cités ci-dessus, i.e. le *plan épistémique* et le *plan axiologique* à proprement parler.

Au niveau *épistémique*, nous pouvons distinguer grosso modo, entre deux lieux de connaissances, entre deux grands *thèmes* :

- le premier lieu de connaissances (de croyance) qualifie ce que les sondés semblent croire être une « religiosité traditionnelle » (celle de l’église au sens d’une tradition institutionnalisée d’une religion) ;
- le deuxième lieu de connaissances (de croyance) qualifie ce que les sondés semblent considérer comme étant une sorte de religiosité « new age » (personnelle) qui est le résultat d’un travail cognitif de « bricolage » (au sens tout à fait lévi-straussien) produisant, à partir d’éléments de différentes traditions religieuses et d’autres éléments (relevant, par exemple, de croyances du bien-être physique) une nouvelle mythologie religieuse plus ou moins personnalisée (la « church-free spirituality » ou encore la « cafeteria religion » dont il est question dans la citation ci-dessus).

¹⁸ COURTÉS Joseph, *Analyse sémiotique du discours: De l'énoncé à l'énonciation*, Paris Hachette 1990

¹⁹ Pour plus d’informations, cf. le site officiel de l’*European Value Study* de la Tilburg University : <http://www.europeanvaluesstudy.eu/evs/about-evs/history.html>

²⁰ Cf. sur le site officiel de l’*European Value Study* de la Tilburg University : <http://www.europeanvaluesstudy.eu/evs/research/themes/religion/>

Au niveau axiologique, ces deux grands thèmes sont, pourtant, traités d'une manière bien différente ce qui nous renvoie à la problématique de la valorisation énonciative. Si nous ne prenons en compte que la dimension du *poids*, de *l'importance* d'un lieu de connaissance dans la vie de l'acteur (ici : des Européens sondés), le premier lieu de connaissances possède un statut axiologique peu élevé : il possède peu d'importance « dans la vie » de la plupart des Européens sondés. En revanche, le deuxième lieu de connaissances, lui, possède une très grande importance, un statut axiologique fort élevé. Autrement dit, une certaine forme historique de la foi semble déclinée en tant que référence pour la vie des gens mais une nouvelle forme semble prendre la position, la place axiologique qu'occupée dans le passé l'ancienne forme. Techniquement parlant, il s'agit ici d'un résultat d'une axiologisation énonciative qui attribut aux deux grands thèmes un statut systématiquement divergent dans l'espace axiologique, qui sert de référence aux acteurs en question.

Nous avons bien ici deux acteurs possédant des *identités culturelles* qui, sur un certain niveau, se différencient systématiquement. Tout en se fondant en une sorte de communauté imaginaire des « gens qui croient en quelque chose », ils se différencient en un acteur social qu'on pourrait appeler « communauté de croyants en référence à une tradition religieuse » et en un autre acteur se constituant sous forme d'une *communauté de croyants sans référence exclusive à une religion*. La différence entre ces deux acteurs réside essentiellement dans l'utilisation des éléments épistémiques pour comprendre et « traiter » le *problème* (le besoin ou le désir) *métaphysique* et dans la *valorisation énonciative* variable de ces éléments pour en faire une conception de la « vraie » croyance, d'une croyance adaptée aux préférences personnelles, etc.

Un autre exemple de l'European Value Study traite du domaine social « Travail ». Nous apprenons, entre autre, que *l'importance d'avoir un travail* dans la vie d'une personne et pour son image propre n'est plus liée, comme pendant le 19^{ème} et une bonne partie du 20^{ème} siècle, au protestantisme (représenté par exemple par l'Allemagne et les pays scandinaves). En revanche, elle est surtout présente dans la culture musulmane. Ainsi 70% de turcs affirment que le fait de travailler est d'une grande importance pour eux et 41% des interrogé(e)s musulman(e)s (contre seulement 13% des interrogé(e)s protestant(e)s) affirment qu'il est humiliant de recevoir de l'argent sans travailler. On se rend ainsi compte que, contrairement à beaucoup de clichés et de stéréotypes ambiants, la culture musulmane se distingue par un ethos de travail très élevé, bien plus élevé en tout cas que celui qui existe, aujourd'hui, dans la culture protestante. Techniquement parlant, nous pouvons de nouveau y identifier la valorisation énonciative variable d'un même thème dans deux espaces axiologiques différents, i.e. le fait de travailler, de gagner sa vie, ... est très important dans l'espace axiologique de la culture musulmane d'aujourd'hui mais moins important dans la culture protestante d'aujourd'hui.

4) La structure axiologique

Dire qu'un objet de valeur est quelque chose à quoi tient un acteur, qui possède pour lui une certaine *importance* est assurément trop floue pour permettre de produire une description appropriée des statuts et rôles très divers que joue la valeur dans la vie d'un acteur. Pour cela, nous devons problématiser la structure interne de la valeur en tant que propriété ou qualité subjective.

Il s'agit de toute évidence d'une structure composite constituée d'au moins trois axes principaux que sont l'axe *thymique*, l'axe *modal* et l'axe *de la hiérarchisation préférentielle*. Ensemble, ils

contribuent à donner un relief particulier à l'*importance*, au *poids* qu'accrédite le sujet à un objet quelconque.

C'est ainsi qu'un objet quelconque ne devient pas seulement quelque chose à quoi tient le sujet ou qu'il considère pas seulement comme pertinent ou important, mais plus précisément comme quelque chose qui est pour lui *désirable* ou *obligatoire*, comme quelque chose qui est *véridique*, *cohérent*, *simple*, *évident*, comme quelque chose qui est *adapté*, *utile*, *propice*, comme quelque chose qui a un « *plus* » en comparaison à un autre objet ou qui lui est *équivalent* mais aussi comme quelque chose qui, au contraire, est *rejetable*, *interdit*, *fallacieux*, *humiliant*, *inutile*, *inapproprié*, etc.

L'*axe thymique* est l'axe le plus souvent mentionné pour expliquer la structure axiologique de sorte que la notion de la valeur est parfois réduite à ce seul axe. Même si cet axe joue un rôle incontestablement central pour expliquer la structure spécifique de l'espace axiologique qui constitue le cadre de référence d'un acteur, il est cependant inapproprié de réduire la notion de la valeur à ce seul axe.

Ceci dit, en référence à l'axe thymique, les objets en tant que lieu d'investissement axiologique et interprété en référence à un cadre épistémique donné, se différencient obligatoirement, dans le monde de vie d'un acteur, en des objets de valeurs *positives* (« euphoriques ») ou *négatives* (« dysphoriques ») ou encore *indifférentes*. Notons que ces trois valeurs (valeur positive, valeur négative et valeur neutre ou indifférente) forment pour Husserl la base d'une axiologie formelle.

Le deuxième *axe* à son tour, permet de capter le moment de la *hiérarchisation préférentielle* des objets de valeur en des objets *plus ou moins* importants. Seul ou en relation avec les deux autres axes – thymique ou modal –, l'axe de la quantification s'exprime sous forme de différentes espèces d'*échelles d'hiérarchisation* (qu'on appelle également *échelles de valorisation*) comme, par exemple :

- l'échelle de la *distance subjective quantifiée* exprimée par des séries ordonnées de nombres ([-3; -2; -1; ... +2; +3]) ou d'adverbes comparatifs ([totalement; plutôt; ...; pas du tout],) ;
- l'échelle de la *distance épistémique* : [évident; ... plutôt surprenant; ... incompréhensible]
- l'échelle de la *distance morale* : [acceptable ... inacceptable]
- l'échelle de la *distance émotionnelle, affective* : [drôle, comique, ... ennuyeux, ... sérieux, dramatique, ...]

L'expression « distance » (plus ou moins grande) signifie bien que l'hiérarchisation ici est comprise comme une sorte de *proximité variable* entre le sujet et l'objet en tant que lieu d'investissement.

Enfin, en prenant en compte le troisième axe, i.e. l'*axe modal*, on peut expliciter, comme Greimas l'a déjà fort bien montré, les différentes facettes de la subjectivité inhérente à une valeur et, plus largement à un système axiologique. Ainsi, pouvons-nous différencier entre des valeurs d'ordre éthique ou moral, des valeurs d'ordre esthétique, des valeurs d'ordre cognitif ou pragmatique, des valeurs d'ordre boulesistique ou plus spécifiquement volitif, des valeurs d'ordre potestatif, et ainsi de suite.

Conclusion et perspectives

Rappelons que nous considérons, à la suite d'Alfred Schütz, le *thème* comme un *lieu de savoir* (de *connaissance/ de croyance, de savoir-faire, ...*). Par *lieu de savoir* il faut entendre *qualifications* (définitions-appréciations) d'objets, d'états, de faits formant le monde de vie d'un acteur. Les qualifications, elles, constituent en quelque sorte le savoir, les connaissances que possède l'acteur de son monde (de son environnement). Elles forment un *savoir à statut bien particulier*, i.e. un savoir *régulateur* (pour les agissements de l'acteur), un savoir auquel l'acteur fait *confiance*, un savoir qui le *guide*, qui est pour lui une *évidence fondamentale*, qui forme son *identité*, qui détermine son sens *éthique* et *esthétique*, etc.

En d'autres termes, le thème au sens phénoménologique ne forme rien d'autre que ce qu'on appelle ailleurs la *culture* d'un acteur au sens d'un ensemble de *standards de référence*, i.e. de *modèles de comportement* (de faire, d'être, de paraître, d'avoir, de savoir-faire, de vouloir-être, etc.) auquel se réfère un acteur social pour régler son propre comportement, ses aspirations, sa propre vie mais aussi pour interpréter, comprendre, juger, ... le comportement des autres.

Mentionnons ici les analyses détaillées d'E. Goffman²¹ sur la mise en scène de la vie quotidienne qui nous ont sensibilisé à la question cruciale, aussi bien en communication professionnelle qu'en communication personnelle, de la *bonne gestion* de la face sociale de toutes les parties prenantes (acteurs impliqués) dans un « échange » interpersonnel. Comme on le sait, toutes les dimensions et techniques de communication et, plus généralement, du comportement sont concernées par cette *bonne gestion* de la face sociale, i.e. de l'ensemble des signes sur la base desquels on interprète une personne ou un groupe de personnes, on l'apprécie, on interagit avec elle. La *face sociale* est, métaphoriquement parlant, une sorte de *texte vivant et multi-sensoriel*. Elle se compose de l'*apparence* de l'acteur, de son *comportement* et de ses *attitudes* vis-à-vis des autres parties prenantes d'un échange. En se produisant, en se mettant en scène comme un « texte vivant et multi-sensoriel », l'acteur le fait en fonction de ses objectifs de communication ou d'action. Il le fait également en fonction de ses hypothèses sur les capacités interprétatives du public de *bien* comprendre, de comprendre d'une manière *appropriée* la spécificité de la face sociale et de l'accepter. « *Bien* comprendre », « comprendre d'une manière *appropriée* » veut bien dire ici : comprendre les signes composant la face sociale d'un acteur en fonction des attentes et des objectifs de ce dernier qui en est l'auteur – donc comprendre la *culture* et le *monde* de l'auteur de ce « texte vivant et multi-sensoriel » qui est la face sociale de l'acteur se mettant en scène publiquement.

Sans entrer plus dans les détails ici retenons ici que la culture en tant que cadre de référence est formée de croyances, de connaissances et de savoir-faire ainsi que, plus spécifiquement, de signes, de symboles et autres figures, personnages, lieux, rites, etc. qui constituent des standards (des normes, des exemples à suivre, des traditions, des « bonnes pratiques », etc.). Ensemble, ces différents éléments constituent un *langage*²² dont se sert une personne, un groupe, une institution, ... pour s'identifier, se faire reconnaître, pour communiquer avec lui-même et autrui, pour interpréter et comprendre le monde et, enfin, pour agir et interagir.

²¹ GOFFMAN Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 1 et 2*, Paris, Les Editions de Minuit 1972 et 1973

²² Cf. ce propos l'anthropologue Clifford Geertz considérant la culture comme formant un système sémiotique, un langage (cf. GEERTZ Clifford, *The Interpretation of Cultures*, New York, Basic Books 1973)

Avec « sa » culture, l'acteur (individuel ou collectif, personnel ou institutionnel, ...) crée, produit une « image », une « version » du monde qui a ou qui fait sens pour lui et que les phénoménologues appellent le « monde de vie » de l'acteur (la « Lebenswelt »²³ d'Edmund Husserl introduite dans les sciences sociales par Alfred Schütz) de l'acteur. Ceci est bien une fonction spécifique de la culture, i.e. celle de la constitution ou de la production d'*identités significantes* spécifiques et, en même temps celle d'une *diversité signifiante* – d'une diversité de standards, de traditions, de normes, de « vérités collectives », etc.

Mais la culture, entendue au sens d'une structure régulatrice, d'un cadre de référence, est en même temps une *ressource* cognitive – un *savoir-faire* – servant à la personne ou au groupe qui s'en sert, qui en est à la fois auteur et interprète, à résoudre – tant bien que mal – des problèmes d'ordre technique, social, intellectuel, etc. Enfin, les standards formant le cadre de référence culturel d'un acteur constituent pour lui en même temps un *pouvoir* et un *pouvoir-faire*, i.e. dans la terminologie de Pierre Bourdieu un *capital* (plus particulièrement un *capital symbolique*). En effet, il ne s'agit pas seulement de posséder une identité et de disposer d'un savoir-faire mais il s'agit également de *faire reconnaître* son *identité* et son *savoir-faire* par les instances *légitimes*, c'est-à-dire en tenant compte de l'organisation du schéma narratif, par un sujet judicataire qui possède justement le pouvoir statuaire d'évaluer et de juger l'identité et le savoir-faire mis en scène par les acteurs soumis à son jugement et qui le fait en fonction de ses propres références culturelles, de ses propres valeurs.

Ce sont de vastes champs de recherche qui attendent d'être explorés plus systématiquement par les sémioticiens.

Bibliographie

ALEXANDRESCU Sorin, Axiologique (contrat -), dans GREIMAS Algirdas Julien et COURTÉS Joseph, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Tome 2, Paris, Hachette 1986, pp.26-27

BEYAERT-GESLIN Anne, *Sémiotique du design*, Paris, PUF 2012

BOSCH Aida, Sinnlichkeit, Materialität, Symbolik. Die Beziehung zwischen Mensch und Objekt und ihre soziologische Relevanz, dans MOEBIUS Stephan et PRINZ Sophia, *Das Design der Gesellschaft. Zur Kulturosoziologie des Designs*, Stuttgart – Bielefeld, transcript Verlag 2012, pp. 49 - 70.

COURTÉS Joseph, *Analyse sémiotique du discours: De l'énoncé à l'énonciation*, Paris Hachette 1990

DEWEY John, *La formation des valeurs*, Paris, La Découverte 2011

²³ HUSSERL Edmund, *Die Krisis der Europäischen Wissenschaften und die transzendente Phänomenologie*, Hamburg, Meiner Verlag 1996; SCHÜTZ Alfred, *op.cit.*

GEERTZ Clifford, *The Interpretation of Cultures*, New York, Basic Books 1973

GIBSON James J., *The ecological approach to visual perception*, Hillsdale, New York et Londres, Lawrence Erlbaum Ass. 1979

GOFFMAN Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 1 et 2*, Paris, Les Editions de Minuit 1972 et 1973

GREIMAS Algirdas Julien et COURTÉS Joseph, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette 1979

HUSSERL Edmund, *Die Krisis der Europäischen Wissenschaften und die transzendente Phänomenologie*, Hamburg, Meiner Verlag 1996

KETTNER Matthias, Werte und Normen. Praktische Geltungsansprüche von Kulturen, dans JAEGER Friedrich et LIEBSCH Burkhard, *Handbuch der Kulturwissenschaften. Bd.1 : Grundlagen und Schlüsselbegriffe*, Stuttgart – Weimar, Verlag J.B. Metzler 2011, pp. 219 - 231

LEVI-STRAUSS Claude, *Anthropologie structurale*, Paris, Plon 1958

PIAGET Jean, *Einführung in die genetische Erkenntnistheorie*, Frankfurt/Main, Suhrkamp Tb Wissenschaft 1973

SCHÜTZ Alfred, *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt*, Frankfurt/Main, Suhrkamp 1977

SEARLE John, *The Construction of Social Reality*, New York, The Free Press 1995

STOCKINGER Peter, *Analyse des contenus audiovisuels. Métalangage et modèles de description*, Londres-Paris, Hermes Science Publications 2012

VON WRIGHT Georges Henrik, *The Varieties of Goodness*, London, Routledge & Paul Keagan 1963