

## QUELQUES REMARQUES SUR LE PLURALISME DES VALEURS

Maria-Antoaneta LORENTZ<sup>1</sup>

### 1. Introduction

L'espace que nous avons choisi d'explorer se constitue à travers l'histoire des théories appartenant à des champs exploratoires divers, tels philosophie, sémiotique, linguistique, psychanalyse, sous des formes plus ou moins dispersées, renvoyant aux problèmes du pluralisme des valeurs.

Si la démarche scientifique consiste à simplifier les faits observés pour dégager les concepts nécessaires à la constitution de tout modèle, cela revient à dire qu'on doit d'abord s'efforcer de définir l'objet, le domaine. C'est ce que nous ferons.

### 2. Remarques préliminaires sur la valeur

Nous partons de quelques remarques préliminaires sur la valeur: histoire lexicale du mot en français, valeur et vérité, valeur et désir, désir et vérité, désir et valeur, valeur et conviction, valeur et éthique, argumentation par valeurs, monde des valeurs et monde des normes.

#### 2.1 Histoire lexicale du mot en français

Le terme «valeur» en français n'est utilisé jusqu'au XVII<sup>e</sup> siècle qu'appliqué à des objets pour en indiquer le prix, la rareté ou l'utilité. Appliqué à des êtres humains, il devient au XVIII<sup>e</sup> siècle synonyme de «vaillance». «La valeur n'attend pas le nombre des années». Ce n'est qu'au cours de la seconde moitié du XVIII<sup>e</sup> siècle, avec la naissance de l'économie politique, que le terme «valeur» est

utilisé explicitement comme *valeur d'échange* convenue et conventionnelle. «La valeur n'a d'autre mesure que la valeur: il n'y a point d'unité fondamentale donnée par la nature, il n'y a qu'une unité arbitraire et de convention». (a)

Curieusement, l'emploi philosophique, exhortatoire ou moralisant de valeurs (au pluriel) au sens absolu et souvent suivi d'un adjectif avec lequel il constitue une sorte de mot composé – *valeurs morales, laïques, républicaines, culturelles ...* mais aussi *chrétiennes, nationales, ancestrales* – n'apparaît qu'à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, simultanément avec l'expression «crise des valeurs». (b)

L'effet conjugué de l'accélération des changements sociaux en cours ou pressentis, l'ébranlement des références culturelles, religieuses ou anthropologiques retenues comme immuables, le choc, plutôt que le «dialogue» des cultures, font aussi surgir une interrogation de type nostalgique sur les valeurs menacées ou perdues (*et in Arcadie ego*) et ouvre le débat, depuis lors répétitif, sur la crise des valeurs, ou leur transformation (Nietzsche).

#### Valeur et vérité

La pensée humaine, partout et toujours, a recherché des principes universels ou des fondements à ce que désigne aujourd'hui de façon floue le terme de «valeurs», en consacrant l'essentiel de ses efforts à définir ce qui est *vrai*, ce qui est *bon*, ce qui est *juste*, ou encore, en esthétique, ce qui est *beau*. Mais on chercherait en vain chez Platon, Aristote, Machiavel, Montaigne, Descartes, Pascal, Montesquieu, Rousseau ou encore dans les

<sup>1</sup> Maître de conférences, Département des Langues Romanes et de Communication en Affaires, ASE Bucarest

travaux préparatoires de la *Déclaration des droits de l'homme*, chez Kant, ou chez Hegel, le concept ou le mot de «valeurs» au sens figé où il est utilisé dans les débats contemporains.

Alors que la tradition occidentale s'appuie sur les concepts du BEAU, du BIEN et du VRAI, aujourd'hui on pense que la notion de *vérité* doit être disjointe de celle de *valeur*. «*Valeur*: ce qui est vrai, beau, bien selon un jugement personnel plus ou moins influencé par la société. La notion de *valeur* (ce qui **doit** être) se distingue de celle de *vérité* (ce qui **est**). C'est une notion pratique qui n'a de sens que par rapport à *l'expérience* de la volonté ou de l'action». [2: 97]

Tel est le cas d'André COMPTE-SPONVILLE [6] dont le propos est de distinguer *valeur* et *vérité*, ce qui est en opposition avec la tradition occidentale dominante, puisque les trois grandes valeurs traditionnelles sont le beau, le bien et le vrai qu'on présente ordinairement comme confondues. Si bien que la *vérité* passe habituellement par une *valeur*. Le maximum de *valeur* est aussi le maximum de *vérité*. C'est ce qu'enseignait Platon et c'est ce qu'on retrouve dans le christianisme, le vrai Dieu et le bon Dieu, c'est un seul et même Dieu. Or, il lui semble qu'on ne peut plus croire à cette conception. D'abord en raison de la «mort de Dieu», mais aussi en raison de ce que nous apprennent, sur la *vérité*, les sciences de la nature, les sciences humaines et l'épistémologie contemporaine.

Le problème? Comment renoncer donc à la conjonction de la *vérité* et de la *valeur*? La recherche d'une troisième voie consiste, pour A. Compte-Sponville [6:42] à maintenir présentes la *valeur* et la *vérité*, tout en séparant radicalement ces deux ordres. Il s'agit de distinguer entre *énoncés de fait* et *jugements de valeurs*. Le dilemme présenté par A. Compte-Sponville entre *jugements de valeurs* et *jugements de faits* a été déjà exploré au début du XXe siècle par le sociologue Max WEBER. Dans *Le savant et le politique*, il montre l'antinomie radicale entre les deux attitudes. En aucun cas, la science ne peut fonder les valeurs, dire ce qui est *bien* ou ce qui est *mal*. Elle ne peut qu'établir des *jugements de faits* (par ex., *La Terre tourne autour du Soleil*). Le scientifique se préoccupe de rechercher la *vérité*. Il peut dire ce qui est,

jamais ce qui doit être. Réciproquement, les *jugements de valeur* (par ex., *Il ne faut pas tuer*), qui fondent l'action, ne peuvent prétendre s'appuyer sur la science. Tout au plus, le savant peut-il explorer les conséquences possibles d'une action, jamais en justifier le bien fondé.

En résumé, la *valeur* n'est pas vraie et la *vérité* n'a pas de valeur, au sens moral du terme. Quand on cesse de confondre le vrai et le bien, on peut continuer à penser, donc échapper à la sophistique, sans retomber dans le dogmatisme théorique, et on peut continuer à vivre, à agir, à juger, donc échapper au nihilisme, sans retomber dans le dogmatisme pratique. Plus généralement donc, au-delà de la disjonction entre la morale et la politique (c), il y a une disjonction entre la *vérité* et la *valeur*, entre le *vrai* et le *bien*. (d)

### 2.3 Valeur et désir

La *valeur* et les impératifs relèvent, dans les prises de positions récentes, non de la connaissance, ni de la *vérité*, mais du DÉSIR. La *valeur* n'est que le référent imaginaire, fantasmatique du désir. Comme le dit Spinoza, ce n'est pas parce qu'une chose est bonne que nous la désirons, c'est parce que nous la désirons que nous la jugeons bonne. Autrement dit, c'est *le désir qui produit la valeur*.

Pour ce qui est du mécanisme qui engendre la construction des univers axiologiques, les exégèses philosophiques et psychanalytiques partent de l'observation que chacun fait constamment l'expérience d'une quasi-dualité de son propre moi: le *je* semble se détacher du *moi* pour l'observer, le contrôler, le juger. La discrimination rend manifeste l'intervention impérieuse de la *valeur*, celle-ci étant, en dernière instance, seule capable de «fonder» la légitimité d'un ordre quelconque. Le désir est dans ce contexte le sanctuaire de la *valeur*, ou les valeurs sont les corrélats d'un désir. Chacun *juge mauvais* ou *bon* ce qu'il désire ou qu'il a en aversion (c'est ce qu'A. Compte-Sponville appelle le «cercle du désir»). (e)

Les valeurs ne sont pas des entités substantielles et indépendantes, mais de pures *significations* qui sont toujours «étayées» sur des «inducteurs valoriels» qui couvrent tout l'éventail des objets, imaginables, depuis les

impressions sensibles jusqu'aux œuvres du génie humain (en passant par les gestes, les conduites, les paroles) et aux réalités du monde minéral, végétal ou animal. La valeur est le prix du risque couru par le moi au jeu du désir et de l'interprétation.

Tels sont les grands lieux qui sont véhiculés par les discours philosophique et psychanalytique.

### 2.4 *Le moi en tant que singularité*

Si l'on examine la condition égotiste de l'homme, on constatera que tout ce que nous louons n'a d'existence dans le réel que par rapport à des individus; la pensée, la conscience, les valeurs, la vérité n'ont de présence effective dans le monde que par la médiation du *moi*. L'Être n'est questionné que là où l'individu s'affirme. En dehors de l'individualité existante on ne rencontrera que des identités abstraites, des possibles en attente. Et le *moi* construit son identité, il l'aménage par une série de discriminations (la discrimination rend manifeste l'intervention impérieuse de la valeur dans la construction, par le moi, de son identité [10:69] assurant la sélection des traits distinctifs du *moi-individuel* en fonction d'une gamme subtile de *qualités* ressenties comme plus ou moins «proches» du noyau égotiste.

#### 2.4.1 *Désir et vérité*

Le désir se constitue par illimitation des pulsions, il s'affirme comme excès, démesure, tendance à outrepasser la limite. L'exemple de Caius Marius appartient à l'histoire romaine:

“De pauvre et de petit qu'il était jadis, devenu très riche et très grand, il ne savait mettre aucune limite à sa prospérité ni se contenter d'être admiré et de jouir en paix des biens présents, mais comme il eût manqué de tout, il voulait partir, après tant de triomphes et tant de gloire, et aller pour traîner son extrême vieillesse en Cappadoce ...”

(PLUTARQUE, *Vies*, VI)

Voilà comment le désir est le témoin de l'Être, le héros de la vie, le sanctuaire de la valeur. Or l'illimitation du désir humain s'oppose à la finitude de son existence matérielle: l'homme ne devient le héros de la vérité qu'en roulant,

nouveau Sisyphe, le roc de la matérialité. La vérité est l'enjeu d'un combat, qui exige le consentement préalable au sacrifice des valeurs de sécurité et de plaisir direct. Le réel s'oppose au désir comme ce qui manque au désir pour obtenir satisfaction. C'est d'ailleurs l'explication pour une égalité qui traduit le désir comme impuissance et qui conclut que seule la réalité est en mesure de l'accomplir, parce que le réel est l'affirmation de la Puissance comme telle. Mais qu'est-ce qui fait que seule la réalité est capable de donner son fondement à la connaissance? Dans l'acte de connaître (qui est le jeu du Même et de l'Autre, donc l'assimilation ou l'appropriation identificatoire de l'Autre par le Même), le *moi* assume le rôle du Même et la réalité celui de l'Autre. L'aptitude à figurer l'Autre, la réalité la détient du fait qu'elle est, pour *moi*, l'expérience impérieuse de l'existence. D'où le fait que la réalité ne se laisse atteindre que par la médiation du symbolisme et que la vérité conquiert son lieu d'émergence à l'entrecroisement du symbolisme et du réel. Et on ne peut continuer cet enchaînement que par la mise à l'honneur du représentant de l'ordre symbolique, nous avons nommé ici *le langage*, en évoquant la propriété du signe linguistique d'effectuer invinciblement la thèse d'existence, sous le couvert de laquelle l'esprit peut s'affranchir de la domination du principe de plaisir. (f)

Tous ces repères devront donc être pris en considération un peu plus tard lors d'une discussion sur le passage d'un monde des *valeurs* à un monde des *normes*.

#### 2.4.2 *Désir et valeur*

Sans le désir, le monde, à quelque point de vue que se place-t-on pour l'envisager, serait neutre. Il ne serait illuminé par aucune valeur; on se bornerait à constater que les choses existent et on fixerait probablement leur essence. Le constat serait un enregistrement indifférent des significations objectives. La radicale implication du désir par la valeur est bien une évidence irrécusable.

La corrélation de la signification et du désir est le principe de la valeur en général. Si deux grands philosophes comme Kant et Hegel se trouvent sur deux positions antinomiques (le premier exclut le désir et avec lui la totalité de la sensibilité de la fondation des valeurs, en réservant à une instance purement

«spirituelle», comme la raison pratique, le privilège de poser authentiquement la valeur, tandis que le deuxième reconnaît l'essentialité de la sensibilité et du désir dans la détermination de la valeur), l'épistème contemporaine définit la valeur par le concept du «couplage». Nous citons en ce sens J. GARNIER: [10 :129]

“Le couplage de la valeur et du désir fait la valeur de la valeur et l'intentionnalité du désir. De sorte que la valeur n'est pas davantage créée par le désir que le désir n'est simple prétexte au dévoilement d'une valeur en soi ; mais l'un et l'autre terme sont la double face, la double manifestation d'un même 'ejidos', qui est la valeur quand on le considère selon son sens et désir quand on l'envisage selon sa présence.”

Comprendre la nature de la relation qui s'exprime dans le couplage du désir et de la valeur correspond à une détermination d'être. Le discernement valoriel s'exerçant grâce au désir, demeure une opération dont on peut montrer qu'elle dépend de la nature humaine du désir. Il en va pour ce type de couplage exactement comme pour les qualités essentielles des choses. Ces qualités (couleurs, odeurs, saveurs, etc.) sont toujours couplées avec une subjectivité. Comme l'écrit le poète: «quand il n'y a plus de désirs, d'errements et de passions, même le vent et le feu ne sont plus réels» (Yves Bonnefoy, *L'Improbable*).

Or le désir dérive des pulsions. Donc tout discernement valoriel prend sa source dans la vie pulsionnelle. La valeur hausse les objets à partir du moment où l'objet est élu par le désir; et la valeur procède, en dernier examen, de la pulsionnalité, s'il est vrai que tout désir – à commencer par le désir sublimé comme raison pratique! – met la pulsionnalité au service du *moi*. Quel est le rôle exact de chaque grande pulsion dans l'instauration des valeurs? Il apparaît dans le fait que toute valeur se double d'une antivaleur, qui est cette même valeur affectée du signe négatif, de sorte qu'elle fait couple, non plus avec un désir, mais avec une aversion, laquelle incite alors à détruire l'inducteur valoriel servant à étayer l'antivaleur

(on tue l'ennemi, on annule un décret inique, on incendie une ville rebelle).

Le principe de toute valorisation qui se règle dans ce couplage valeur-désir est le *plaisir*. Comme l'écrit J. GARNIER [10 : 137] en définissant la valeur non seulement comme fondatrice (c'est par elle que tout être apparaît fondé dans son être), mais aussi comme le pourquoi de tous les pourquoi et la raison d'être:

“La valeur est, très exactement, cette raison éminente que Platon nommait le Bien et qu'il affirmait 'supérieur à l'essence en dignité et en puissance'. Car ce qui fonde un être, ce qui fait qu'un être est justifié d'être, sa raison d'être, c'est d'être bon. Entendez : de réaliser son être en tant que cet être satisfait le désir. La satisfaction du désir est ressentie comme plaisir.”

La perspective qui privilégie le *moi*, qui est à l'origine de la valeur, ne peut laisser du côté le principe de la sélection et de la hiérarchisation des valeurs. Ainsi, le problème de l'estimation valorielle est, en toute rigueur, une fonction de l'activité interprétative du *moi* et elle en subit les fluctuations historiques à l'intérieur des sociétés humaines. Chacun sélectionne ses valeurs selon les enseignements qu'il retire de son combat avec le monde, où il est forcé de passer au crible toutes ses croyances. (g)

### 2.4.3 Valeur et conviction

Sous l'éclairage d'une théorie sociale, intersubjective et communicationnelle de l'action et de la communication, on peut apporter quelques réflexions nouvelles à la problématique des valeurs. Dans cette perspective, il ne s'agit pas de continuer à tenter de légitimer dans l'absolu quelques grands principes éthiques, culturels ou sociaux auxquels on est censé croire ou faire croire, ni de vérifier leur validité en tant que propositions de vérité, ni encore de s'enfermer dans une interrogation sans issue sur la valeur intrinsèque des valeurs. Plusieurs courants d'étude ou de pensée permettent en revanche aujourd'hui de poser la problématique de la communication des valeurs sous un jour nouveau, celui des principes et des conditions

de la transmission d'idées sous forme de convictions.

Ce sont les analyses du processus de conviction, aussi bien du point de vue de l'énonciateur que de celui qui en est le destinataire, qui font l'objet des acquis récents de la linguistique. Ces prises de positions sous un angle nouveau prennent aujourd'hui une actualité accrue du fait de la nouvelle accélération des mutations démographiques, géopolitiques, sociologiques, écologiques, technologiques et scientifiques, de la déstabilisation des macro-cultures, ainsi que de la prolifération des micro-cultures (cultures éclatées ou morcelées), voire de la prétendue «mort des idéologies».

### 3. Pérennité des valeurs vs crise des valeurs

La crise des valeurs, dans ce contexte, n'est plus seulement un débat rhétorique de «laudatores temporis acti»: elle correspond à une angoisse de repérage éthique qui touche l'ensemble des sociétés en mutation. L'aspiration à l'identification d'invariants stables, reconnus et partagés, valables comme une boussole pour la conduite humaine, morale et sociale devient un problème de communication dans un univers paradoxalement de plus en plus dominé par la communication. (h)

Est-il possible d'imaginer une parole libérée de toute valorisation, de toute référence aux «choses»? On parle, on ne croit plus guère à ce que l'on dit, mais les représentations ne disparaissent pas pour autant; «le monde des choses» coïncide parfaitement avec le langage à tel point qu'on ne parvient plus à être «créateur de l'image du monde».

Au moins deux aspects sont à retenir dans ce développement: d'une part, le constat que, plus le sens se meurt, plus on sait de quoi on parle: on ne fait que reproduire des phrases déjà construites, des clichés et des slogans, on répète des fragments de discours qui sont devenus des modèles recherchés; d'autre part, reconnaître que l'objet de la demande dans la communication c'est l'Autre et que mon rapport à Lui ne saurait être que symbolique. D'où l'on peut inférer que toutes les formes du discours finissent par refléter un certain totalitarisme du langage, que toutes les significations ne sont plus que des écarts définis; tout cela ne peut s'expliquer que dans la mesure où l'on

considère la mort des valeurs et des référentiels qui servaient de support à la production du sens. [25 : 78-96]

Comment expliquer donc la mort du sens et la pérennité de la valorisation? D'une part, c'est une évidence le fait que le langage est à la fois le pouvoir en acte et la valeur d'échange et, en conséquence, il apparaît comme le principe premier de la valorisation. D'autre part, la cristallisation du sens autour des modèles absolus, dans des champs «morpho-sémantiques» bien déterminés, traduit le fait que les valeurs ne suffisent plus à «garantir» la signification. La «libération» du signifiant ne saurait être que la contrepartie de la «mort du sens»: le langage n'est pas pour autant livré à l'arbitraire absolu. Les valeurs continuent à fonctionner en tant que «mortes», elles s'articulent au discours à l'insu même de l'intention signifiante du locuteur qui finit parfois par se sentir dupé par sa propre valeur. La combinaison des mots n'échappe guère au référentiel que constitue la valeur, celle-ci n'étant plus qu'un simulacre de valorisation, de différenciation, puisque la mort des valeurs suppose bien que la parole s'énonce au-delà du vrai et du faux, au-delà du bien et du mal.

Mortes et non détruites, les valeurs continuent à servir de principe de cohésion sociale, de principe de cohérence logique du discours et le sens produit de notre appareillage catégoriel vient s'articuler selon des combinaisons «préférentielles» issues des modèles culturels, des formes de représentations découpées selon les secteurs d'activités, les activités socio-politiques, etc.

#### 3.1 Le côté conviction

Les «valeurs», comme les signes linguistiques (ou encore ce que les linguistes appellent les *connotations*), n'existent en effet que si elles sont partagées dans le temps et dans l'espace: pour cela il faut qu'elles soient *posées*, *construites* (fondées), *énoncées* (dites, déclarées, signifiées, révélées) et *acceptées* (reconnues) dans une procédure communicationnelle qui est celle de la *conviction*.

Le fait qu'on accorde plus ou moins de valeur à la «vie», au «travail», à la «famille», aux «droits de l'homme» ou à n'importe quel concept abstrait est une construction culturelle, une idée (une représentation) ou, dans le domaine de l'éthique, une proposition qui

relève en même temps du *croire* et du *savoir*, c'est-à-dire de la foi (de la confiance) et de la raison. [9 :12]

Pour qu'une idée soit partagée, il faut qu'elle soit transmise avec une force de conviction (force argumentative) qui entraîne l'adhésion d'autrui en provoquant chez lui une transformation, ou en maintenant, par effet de rappel, une conviction déjà acquise. *Convaincre*, c'est en effet «amener quelqu'un à reconnaître la vérité (le bien-fondé) d'une proposition ou d'un fait». *Reconnaître* (être convaincu), c'est «admettre pour vrai, après avoir ignoré, douté, etc., la proposition ou le fait énoncé».

La procédure interactive de conviction ainsi décrite (à l'aide de définitions de dictionnaires usuels) est à la fois un discours, un acte et un pacte. Si la reconnaissance et la conviction ainsi obtenues sont stables, on n'a plus un acte impliquant une transformation «épistémique» chez le destinataire mais un état de croyance qui fonde un état de «communication confiante entre les hommes».

Ces observations qui proviennent de la sémiotique [15] suscitent l'intérêt de poser la problématique des valeurs en termes de contrat fiduciaire étroitement lié aux conditions de succès de la communication. [15] [8] [29] Elles sont éclairantes car elles permettent de mieux comprendre les accidents qui peuvent survenir à ce contrat de confiance, voire l'annuler, tels que: la perte de confiance dans l'énonciateur ou les énonciateurs (instances religieuses, dirigeants, parents, enseignants, etc.); la rupture d'adéquation entre les propositions et l'expérience du monde: perte de confiance dans la vérité et le bien-fondé des propositions; la concurrence entre des énonciateurs et des propositions contradictoires; l'émergence de nouvelles propositions de «valeurs» entraînant une transformation des convictions; la rupture de cohésion des collectivités (phénomène des micro-cultures et des sociétés «en miettes»); la conviction manipulatrice: propositions fausses ou mensongères énoncées par un énonciateur démagogue ou charismatique; le soupçon que l'énonciateur qui se réfère à des «valeurs» n'y croit pas vraiment lui-même. Parler «valeurs» devient parler langue de bois. (i)

L'éclairage sous un angle communicatif et discursif donné à la problématique des

valeurs par la *sémiotique* rejoint d'autres courants de pensée contemporaine dans une convergence frappante:

◆ celui de la *philosophie analytique anglaise* qui étudie la communication sous un angle pragmatique et contractuel dans lequel les conditions d'acceptabilité et donc de réussite des actes communicatifs se situent dans un cadre contractuel, surtout les pages consacrées aux conditions de « félicité » des actes illocutoires; [1]

◆ celui de la *philosophie critique allemande* avec les recherches de J. HABERMAS sur les relations entre la morale et la communication; [19] [20] [21]

◆ celui des *sémanticiens* et des *logiciens américains* qui fondent les pratiques du discours et même de la simple conversation sur un contrat minimum respectant des «postulats» ou des principes universels de pertinence, de sincérité et de coopération. [11] [12] [17]

### 3.2 Valeur et éthique

On sait, d'une part, que la valeur est la première détermination que nous rencontrons au niveau éthique, aussi bien dans les discours éthiques que dans les discours sur l'éthique. On remarquera, d'autre part, que la valorisation peut atteindre n'importe quel composant et n'importe quel palier du discours génératif. Elle présente de ce fait une si grande généralité d'emploi qu'il convient difficilement de la distinguer de la notion de signification. Bien sûr, toute valorisation n'est pas immédiatement éthique, mais toute structure de signification semble pouvoir être prise dans un registre éthique.

On peut valoriser un programme en son entier ou simplement le programme d'usage des champs modaux ou encore des traits figuratifs ; il y a des éthiques passionnelles, de l'action, de l'être. A l'intérieur de chaque univers discursif, on peut chercher l'origine des valeurs dans le monde, compris comme nature ou société, dans l'âme, qu'on la comprenne au sens d'esprit ou comme subjectivité, en Dieu enfin ou en quelque autre Destinateur. On pourrait aussi décrire différents univers éthiques fondant les systèmes classiques de légitimité accompagnés de leur mythe

fondateur, de leur doctrine et de leur organisation du champ pragmatique.

### 3.3 *Ethique ou morale?*

Beaucoup d'auteurs considèrent ces deux termes comme identiques. L'étymologie les y invite d'ailleurs puisque le mot grec *ethos* (*habitude*, *ethizo*: *habituer*) et latin *mos*, pluriel *mores*, désignent tous les deux les «coutumes» et les «mœurs». Lorsqu'ils sont néanmoins distingués, deux types d'opposition très différents se présentent: dans un cas, l'éthique désigne l'analyse théorique des grands principes, tandis que la morale caractérise les obligations concrètes; dans l'autre cas, l'éthique désigne des valeurs adoptées librement par un individu, tandis que la morale caractérise des règles imposées par une autorité à l'ensemble des membres de la société. C'est une distinction doublement étayée: théorique vs pratique et adopter vs imposer.

L'éthique est donc un concept aux multiples facettes. (j) La philosophie morale, elle aussi recouvre deux directions. (k) En matière de morale, on ne convaincra que ceux qui sont déjà persuadés. Un discours éthique transmet un objet qui n'est pas de *savoir* mais de *croire*; d'une part, parce que la modalisation de l'énonciation ne peut être totalement cognitive, l'univers pragmatique n'étant pas réductible au seul théorique; d'autre part, parce que le sujet rendu compétent l'est par une performance pragmatique. Une position qui n'est pas unanime, à savoir, à la question soulevée par A. J. GREIMAS [15: 173] – existe-t-il ou non une compétence morale – P. STOCKINGER [27: 39-44] répond dans l'optique kantienne (où tous les concepts éthiques ont leur base et leur origine dans la raison) par oui ou non: oui, dans ce sens que la compétence morale fait partie intégrante de la compétence cognitive et épistémique du sujet; non, si on considère la compétence morale comme une unité indépendante de la compétence cognitive et épistémique. (l)

Si on localise avec P. STOCKINGER [27: 43-44] l'éthique d'une action du sujet dans la composante de la modalité du vouloir en introduisant la catégorie de la PRÉFÉRENCE (*préférer* = faire cognitif d'ordre évaluatif), ceci n'a de sens que si l'on admet l'existence d'un méta-savoir (ou d'un savoir réfléchi) à l'intérieur

même de l'actant sujet. En admettant l'existence du méta-savoir, une proposition telle que « le sujet du faire décide de ce qui est plus ou moins préférable devient interprétable si on veut garder la distinction habituelle (en sémiotique) entre le *vouloir* et le *savoir* comme des instances virtuelles et actualisantes dans un projet du sujet. (m)

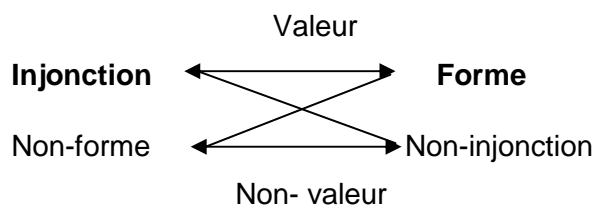
Le paysage actuel de la problématique en question semble charger d'autres interprétations qu'on peut appeler «morale et communication». En fait, l'éthique se comprend aujourd'hui à travers la communication et le discours. [19] La «raison communicationnelle» régit ce type d'approche. K.O. APEL [19: 80] ouvre le débat contemporain sur l'éthique du discours et de la communication et montre que toute communauté qui argumente présuppose des normes éthiques; J. HABERMAS [20] [21] [22] considère que le penseur doit aujourd'hui se diriger vers la *communication* et l'*interprétation des signes*.

L'approche sémiotique de la problématique valeur-éthique reprend à son tour la distinction reçue que nous venons de développer ci-dessus en appelant «morales» les différentes organisations discursives manipulant des valeurs et «éthique» la question sémiotique de la valorisation. La question n'est donc pas «d'où viennent les valeurs?» mais «comment le discours, valorise-t-il le monde et ses ingrédients?»

Une première réponse est à chercher au niveau de la structure profonde. J. F. BORDRON [5] prend comme exemple le cas minimum d'un objet circulant entre les quatre positions syntaxiques d'un carré sémiotique. L'objet circule parce qu'il est *objet-valeur* mais, inversement, et par définition de structure, les places syntaxiques n'existent pas parce que l'*objet-valeur circule*. Autrement dit, les places n'ont d'existence structurale que par l'existence de l'objet, cependant que celle-ci est régie par ces mêmes places. La valeur, en prenant ce terme dans toute sa généralité, est donc constitutive de cette unité fonctionnelle qu'est une structure et pourrait donc servir à la définir. On voit donc que la valeur tend à s'identifier au sens puisque celui-ci ne se manifeste que par une structure. C'est là une conséquence du principe même du discours sémiotique, déjà présent chez SAUSSURE, qui consiste à coupler *sens* et *valeur* et, plus précisément chez GREIMAS, *sens* et *sens de*

## ÉLÉMENTS DÉFINITIONNELS

la vie. Le sens, lorsqu'il se manifeste, est donc toujours manifestation éthique et cela bien sûr quelles que soient les morales particulières dont il pourra ultérieurement se trouver investi. Cette extrême proximité entre *éthique* et *sens* paraît descriptible pour les sémioticiens [5 : 5-12] si l'on suppose que la valeur, au niveau proto-sémantique, est un terme complexe, résultant d'une double exigence: il faut, d'une part, qu'il y ait une *forme* (ce qui peut se lire, par exemple, dans le programme constitutif d'une passion); il est aussi nécessaire qu'il y ait une *injonction* qui, structurellement, s'oppose à la forme mais qui, conjointe à elle, *produit la valeur*. La valeur, parce qu'elle est au principe de la structure, se trouve être de ce fait comme une proto-structure, à savoir:



(cf. J.F. BRODRON [5 : 9] qui propose pour le niveau proto-sémantique, la structure ci-dessus)

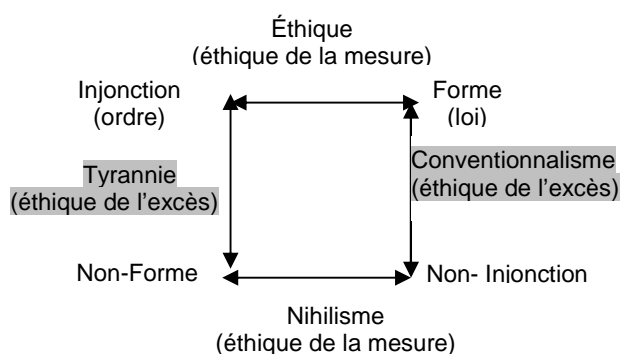
L'opposition, et même le conflit, entre l'injonction et la forme est à la base de toute réflexion éthique (par exemple, dans la question de la rationalité ou de l'irrationalité du désir). Par la suite, les termes abstraits d'/injonction/ et de/forme/ peuvent s'investir de contenus multiples selon les sphères de signification auxquelles ils se rattachent: *désir, ordre, impératif, etc., loi, raison, droit* etc.

La valeur pourrait, dans la mesure où elle se manifeste, être appelée *sens*, de même que dans la structure de la vérité, le «quelque chose» pouvait être noté «signe» ou «forme». L'*absence de la valeur* est *absence éthique* mais aussi bien *absence de sens*. Au niveau de cette première distinction, la forme sans injonction de même que l'injonction sans forme semblent se dérober à toute spécification. Par contre, ces deux virtualités se réalisent au niveau de l'énoncé éthique et surtout au niveau modal.

Remarquons que cette définition de la valeur est *structurale; générale* (au sens de HJELMSLEV) [23] [24]; et qu'elle est une

condition de toute axiologie, norme, ou convention particulière.

On peut dire l'injonction ou on peut dire la forme (en termes politiques, on peut donner un ordre ou dire la loi, en termes passionnels, on peut exprimer un désir ou formuler la manière). L'énoncé éthique, est donc, par nature, déchiré entre deux exigences opposées qu'il concilie plus ou moins et selon des programmes plus ou moins complexes. C'est pourquoi il s'offre de lui-même l'aspectualité (cf. A.J. GREIMAS [16] les formes de la mesure et de l'excès). Ceci peut être représenté de la façon suivante: (n)



L'énoncé éthique peut être modalisé selon la *nécessité* ou la *liberté*, c'est pourquoi l'on parle de deux formes de *nécessité* – nécessité selon le destin, nécessité selon la loi – qui relèvent d'une éthique de l'excès et de deux formes de *liberté* – liberté effective et liberté indifférente – qui sont soumises à la mesure.

Ces deux schémas qui nous sont proposés par la position sémiotique nous font remarquer qu'ils ne produisent pas l'opposition du bien et du mal, qui semble cependant nécessaire à la description d'un univers éthique. C'est une position qui insiste sur la structure interne à la catégorie de valeur, présupposée pour qu'il y ait, par dérivation, une structure axiologique. La description repose entièrement sur la notion de *présupposition*. Or, pour introduire la catégorie du BIEN/MAL il faut nécessairement pouvoir construire le point de vue de la réflexion. Les schémas se constituent donc, comme le point d'ancrage minimum pour un développement ultérieur, à savoir pour qu'un «discours éthique» ait lieu. Ce point d'ancrage est un terme irréductiblement complexe: le «quelque chose», «la valeur». Or, la construction



discursive du sujet de la réflexion met la valeur dans une position syntaxique comparable à celle décrite par J. F. BORDRON [5] pour le niveau proto-sémantique. Reste à affiner les positions.

### 4. Argumentation par valeurs

En général, dans nos raisonnements ou nos explications, nous cachons nos valeurs que nous ne pouvons ou ne voulons pas afficher. En revanche, dans l'argumentation par les valeurs, d'emblée ou sans aller au-delà, on justifie ses opinions en brandissant des valeurs (on est contre x au nom de y, on est contre z parce que...).

Le débat sur les valeurs est un débat sans issue (et les aspects que nous avons évoqués jusqu'ici illustrent au moins cette affirmation). En tout cas, il conduit à camper sur des positions souvent inconciliables voire irréductibles. Les valeurs créent des clans, des partis. Chaque fois, un même fait a été défendu ou attaqué au nom de valeurs différentes.

Le recours aux valeurs, dans l'argumentation, s'exerce à travers l'énoncé de *hiérarchies*, de *normes*, de *lieux*, de pétitions de principes, d'idées reçues ou de «petites phrases», enfin à travers proverbes et maximes... tout cet «appareil» argumentatif «s'abat» sur l'interlocuteur qui adhère ... ou récuse. En argumentant par les valeurs, «on assène plus qu'on ne raisonne ou qu'on n'explique». [2 :76]

#### 4.1 Typologie et hiérarchie des valeurs

Dans la «littérature» du terme nous avons recensé trois types de valeurs d'usage courant dans le registre de persuasion:

1) *les valeurs universelles*. Faire référence au beau, au bon, au vrai, à l'absolu, c'est argumenter par les valeurs universelles. Cet usage est quotidien... la publicité en use largement et pour défendre n'importe quelle cause. En général, elles sont mises au service de l'argumentation en matière politique (*le bon choix*) ou en matière commerciale (*la vérité des prix*). Assener à forte dose des valeurs universelles peut éveiller la suspicion ou l'esprit critique... si ce n'est l'esprit de contradiction. Il semble cependant que leur fonction sécurisante puisse également anesthésier un public docile.

2) Liberté, justice, souveraineté, droit, indépendance sont au «hit parade» des *valeurs abstraites d'engagement*. Les politiciens s'y réfèrent constamment, tout en les concevant de façons fondamentalement opposées. *Une mesure juste* (valeur abstraite) est une *bonne mesure* (valeur universelle), évidemment cela dépend pour qui! Le raisonnement causal, les déductions ou l'appel aux faits, viennent au secours de ces valeurs pour tenter de les *étayer*, souvent sans résultat.

3) *les valeurs concrètes* correspondent plus directement à l'action. Elles ont leurs racines dans la philosophie grecque et le droit romain. Chacun met ces valeurs au service de sa propre cause, et alors «tout se complique, rien n'est simple», comme le dirait Sempé.

En dehors de l'acceptation et du choix des valeurs, on pose la grande question de leur *hiérarchie*. Tout l'enjeu d'un débat entre deux interlocuteurs tient parfois au fait que l'un veut faire valoir ce qui est «juste» avant d'accepter ce qui serait «utile». La hiérarchie des valeurs peut conduire au dilemme. En tout cas, elle est l'occasion d'affrontements sévères et souvent inévitables car l'homme engagé dans l'action doit hiérarchiser ses valeurs sous peine d'incompatibilité.

Dans la discussion, les valeurs servent encore à faire de véritables sermons. Ces sermons se fourbissent dans le domaine de la morale, de la connaissance ou de la logique: «soyons francs, soyons réalistes, soyons clairs, élevons le débat, venons-en à des choses plus sérieuses...» (o)

#### 4.2 Lieux communs, normes et bon sens

*Les lieux*. C'est Aristote qui a établi les premières distinctions entre les *idées toutes-faites* ou *lieux*. Il a distingué d'abord les *lieux communs* (qui procèdent de la banalité après avoir été engendrés par des généralisations; ce sont des clichés ou des poncifs, c'est-à-dire des arguments applicables à tous les sujets – Gide a-t-il vraiment raison quand il prétend que l' «on ne s'entend que sur les *lieux communs*) et les *lieux spécifiques*. Cette dernière catégorie offre des ressources fort nombreuses. On peut les grouper en *lieux de quantité* et *lieux de qualité*.

Parmi les *lieux de quantité*, on retrouve les usages courants du plus grand nombre (de la majorité), le *durable*, l'*habituel*, le *fréquent*,

*l'exceptionnel*, le *rare*, la *moyenne*. La publicité, la politique des slogans empruntent ces lieux. On argumentera sur un produit en faisant valoir qu'il est peu connu donc rare (recherche d'anti-conformisme); en revanche, on montrera que tel autre est très répandu et utilisé par tout le monde (adhésion au groupe, recherche par sécurité).

La catégorie *lieux de qualité* offre de multiples outils à l'argumentation commerciale: on valorise *l'original*, *l'unique*, le *spécifique*, le *spécial*. L'interchangeable est mauvais, l'unique n'a pas de prix. *L'unique*, le *seul* s'oppose au *vulgaire*, au *banal*. Présenter un projet comme *difficile*, *ingrat*, *risqué* peut valoriser ou dévaloriser l'opinion que l'on s'en fait, c'est encore un *lieu de qualité*.

Les lieux cherchent des adhésions: en effet, si l'accord se fait sur eux, les choix et les décisions qui en découlent deviennent évidents pour les partenaires.

*Les normes*. A côté des *lieux*, il faut faire une place particulière à l'usage du recours au *normal*. Le *normal* est *juste* au nom de la norme! En quelque sorte le *normal* serait un *lieu de valeur*: s'il y a des normes, il est normal de les respecter! Le *normal* est ressource de la pensée conservatrice; *il est normal de, il n'est pas normal que...* Le *normal* veut servir de référence quand il s'agit de juger, de comparer à ce qui devrait être (mais qu'est-ce qui devrait être?). Le recours au *normal* est fondamentalement non-explicatif (on mettra le

temps qu'il faut!) et souvent culpabilisateur. Le *normal* en engendrant un jugement de valeur esquivé le débat sur le pourquoi, donc sur les faits.

*L'appel au bon sens*. Au nom du *bon sens* on fait passer des décisions et des choix. Le bon sens, dans l'usage commun, se sont des proverbes, ces maximes que l'on donne comme des évidences et que les faits ne cessent de démentir. On peut justifier tout au nom du bon sens, mais les faits contredisent en permanence les «faits de langue» placés sous cette étiquette. Le bon sens voudrait-il allier les ressources de la logique, des valeurs et des faits en faisant l'économie de la propre justification? Pour qui travaille le bon sens? (p)

### Conclusion

Les quelques séquences ayant comme noyau dur le concept de valeur et appartenant à des champs exploratoires d'orientation très diverse ne représentent qu'une autre manifestation de la réflexion autour du pluralisme des valeurs. L'emprise et le déploiement des valeurs ne sauraient être schématisés sans risquer de tronquer leur trait fondamental, à savoir leur capacité de prolifération. C'est notre manière de rendre compte de la réflexivité du domaine en question. Un domaine ouvert, par excellence.

### NOTES

- (a) Turgot, cité par le *Grand Robert*. Le linguiste Ferdinand de SAUSSURE dira à peu près la même chose à propos de l'arbitraire du signe.
- (b) *cf. Grand Robert*; à noter également l'absence de mention de ce sens de « valeur » dans le *Grand Dictionnaire Bescherelle* de 1880.
- (c) Diogène: « Mieux vaut vertu sans pouvoir » - il a raison du point de vue moral; Machiavel: « Mieux vaut pouvoir sans vertu » - il a raison du point de vue politique.
- (d) Ce que A. Compte-Sponville appelle *cynisme généralisé* ou *pancynisme*. Le sous-titre de son livre *Valeur et vérité* (1994) est d'ailleurs *Etudes cyniques* et il appelle *cynisme*, au sens philosophique du terme, la disjonction entre *l'ordre théorique* (celui de la connaissance) et *l'ordre pratique* (celui de la valeur et de l'action), entre le vrai et le bien, entre ce qui est et ce qui doit être.
- (e) Le moi subit à la fois une double domination: celle de la réalité matérielle et celle de la vie en tant que Genre. La réalité d'un ordre intelligible se révèle en contradiction avec une exigence de valeur. En fait l'individualité humaine doit affronter d'un côté la revendication valorielle du moi (où le moi est référence absolue) et de l'autre, la structure du monde réel (qui obéit à ses lois propres et peut aliéner le moi). Il s'agit donc d'une discontinuité entre l'ordre du *réel* et l'ordre de la *valeur*. C'est ce que A. Compte-Sponville [6] appelle le «cercle du désir».

- (f) Benveniste [3, p. 13] le souligne aussi en disant que la propriété fondamentale du langage est «d'impliquer que quelque chose correspond à ce qui est énoncé, *quelque chose* et non pas *rien*». Il affirme que «la caractéristique de la négation linguistique est qu'elle ne peut annuler ce qui est énoncé, qu'elle doit poser explicitement pour supprimer, qu'un jugement de non-existence a nécessairement aussi le statut formel d'un jugement d'existence. Ainsi la négation est d'abord admission. Tout autre est le refus d'admission préalable qu'on appelle refoulement».
- (g) Les quelques termes de cette perspective, à savoir la distinction *amour* (qui valorise la particularité) *vs estime* (qui déploie un jugement critique), et toutes sortes de fluctuations que le plaisir, le déplaisir et la médiation d'autrui mettent en jeu par l'intermédiaire du langage nous semblent assez incitants pour servir à notre démarche, d'où la place que nous leur accordons.
- (h) Il y a plus de 30 ans on a conclu sur la manifestation de la perte de la dimension symbolique du langage après la deuxième guerre mondiale. [25] Le sens se meurt. On invente des mots pour le retrouver. D'un cancer du langage, naît le délire d'un discours qui cherche en vain à échapper aux modèles culturels qui le réduisent à l'abstraction formelle. On voudrait donc réinventer du symbole, de la valeur, du sens. Le sens n'est plus que désignation, l'objet et le moi coïncident, l'un et l'autre ne sont plus que des signes morts. Point de non-retour: *la destruction du sens* ne peut se comprendre qu'à travers celles *des valeurs* et des représentations d'une société. La «réalité» elle-même qui servait de support à toute expression, ce «monde des choses» comme «ce monde de représentations» qui apportaient au langage une puissance «symbolique» ne sont plus que des ensembles de signes qui se combinent selon les modèles culturels propres à chaque secteur d'activité. Le langage pourrait-il devenir par lui-même sa propre réalité?
- (i) La perte de crédibilité dans les ex-'pays de l'Est' de tout discours sur les valeurs a été clairement évoquée à l'occasion du colloque d'Éducation Comparée de l'AFEC sur les valeurs par les participants de Roumanie et d'Hongrie (Colloque de Sèvres, 1991).
- (j) a) il se présente aux philosophes morales qui se fixent comme objectif de définir ce qu'est le Bien, de préciser ce que l'homme doit faire et ne pas faire; b) une approche qui consiste à tenter de mettre au jour les fondements de la morale, ce qui peut se faire au travers de disciplines multiples; c) une démarche strictement descriptive qui s'intéresse au développement du *jugement éthique* ou aux *comportements concrets* des individus; d) les problématiques qui peuvent apparaître au sein de l'activité professionnelle.
- (k) a) la quête morale est assimilée à une recherche de la sagesse qui a pour finalité le bonheur individuel à travers le respect de certaines vertus; source: l'Antiquité et la poursuite avec Spinoza, XVIIe siècle; dans cette tradition, l'éthique est assimilée à *un art de vivre*; b) la quête morale s'apparente à la recherche d'une *norme* qui permette aux hommes de vivre ensemble; elle s'identifie au «*devoir*».
- (l) Tous les problèmes concernant l'éthique dans les actions d'un sujet, comme par exemple la *préférence* pour le bien ou le mal, sont déterminés par le *Savoir* portant sur le monde extérieur (sur les *valeurs descriptives*) ou sur soi-même (sur la propre compétence du sujet); il s'agit donc de l'existence d'un *méta-savoir* (d'un savoir réfléchi), c'est-à-dire d'un savoir se situant sur un niveau d'abstraction supérieur au vouloir et au savoir du sujet de faire, tout en lui étant intérieur.
- (m) Von WRIGHT, G. HENRIK [28] essaient de classer de types particuliers d'éthique où apparaît la distinction entre *bonté instrumentale* et *bonté technique*. Tandis que la première désigne la qualité d'objets descriptifs plus ou moins appropriés en vue d'un projet à réaliser, la deuxième renvoie à la qualification du sujet qui lui permet d'accomplir un tel acte. Le méta-savoir porte donc dans le cas de la bonté instrumentale sur les propriétés d'un phénomène extérieur au sujet; il porte, dans le cas de la bonté technique, sur l'état interne du sujet. La *bonté utile* représente un autre type éthique qui embrasse les phénomènes du faire performatif (c'est-à-dire ce qui est avantageux ou favorable – par exemple la production de tel ou tel état); la *bonté bénéfique* concerne la constitution de l'état de chose résultant du faire performatif. La *bonté hédoniste* (le plaisir) est la réalisation d'un état proprioceptif du sujet. Par conséquent,

## ÉLÉMENTS DÉFINITIONNELS

---

l'on distingue deux types d'éthique: celle de la *bonne volonté* (du vouloir-faire) et celle du caractère *bienveillant* (du vouloir être).

- (n) cf. J. F. BORDRON [5, pp. 132-134] qui essaie d'en décrire les différentes figures où l'important est l'établissement d'une *mesure* stabilisant une tension.
- (o) *Le sermon des valeurs* au début d'une prise de parole sanctionne et même censure toute objection de l'interlocuteur ; il est une forme de conditionnement du dialogue et des partenaires – c'est l'ascendant ou le poids du rapport de force qui lui donne son efficacité – et il exerce une contrainte, étant l'inverse de la tolérance. Une variante de ce sermon consiste à pratiquer l'*argument du mérite*, argument censeur et fataliste au possible! (*on a le sort qu'on mérite, on a les 'casseurs' qu'on mérite...*). En bref, *on récolte ce qu'on a semé*. Voilà une manière bien contraignante d'utiliser le recours aux Valeurs!
- (p) L'*épithète* opère une classification et fonde une démarche tendancieuse: un comportement *inadmissible*, une décision *scandaleuse*, une manifestation *brutale*, une répression *sanglante*, des actes *irresponsables*;  
- *proverbes, maximes, dictons* – le recours à ces formes en argumentation tient au fait qu'elles condensent une bonne part de la sagesse du monde, du fameux *bon sens*. En conséquence, on parie qu'ils draineront l'adhésion. Ils fixent l'éthique d'un discours. Le proverbe suggère une conduite, un comportement (*valeur normative*) à partir d'un événement (par exemples, *les bons comptes font les bons amis*).

## RÉFÉRENCES

1. Austin, J-L., *Quand dire, c'est faire*, Oxford/Paris, du Seuil, 1962/1970
2. Belleger, L., *L'Argumentation*, ESF, 1980
3. Benveniste, E., *Problèmes de linguistique générale*, Paris, Gallimard, 1966
4. Benveniste, E., *Problèmes de linguistique générale*, II, Paris, Gallimard, 1974 [1965-1972]
5. Bordron, J.F., «Éthique et véridiction», in *Le discours de l'éthique*, Bulletin du Groupe de Recherches sémio-linguistiques EHESS-CNRS, n° VII, 1984, pp.21-42
6. Compte-Sponville, A., «Valeur et Vérité – Etudes cyniques», in *Sciences humaines*, n° 46, 1995, pp.37-48
7. Courtés, J., «Introduction à la sémantique de l'énoncé», in *Actes sémiotiques*, Documents du Groupe EHESS-CNRS, n°VIII, 1986, pp.73-74
8. Courtés, J., *Analyse sémiotique du discours : de l'énoncé à l'énonciation*, Paris, PUF, 1991
9. Debyser, F., «Valeurs et conviction», in *Le Français dans le Monde*, n° spécial, 1992, pp.10-14
10. Garnier, J., *Le Désir du moi*, Paris, PUF, 1983
11. Gordon, D., Lakoff, G., «Conversational Postulates» traduit sous le titre «Postulats de Conversation» in *Langages*, n° 30, 1971
12. Gordon, D., Lakoff, G., *Logique et langage*, Paris, Larousse, 1973
13. Greimas, A., Courtés J., *Du sens. Essais sémiotiques*, Paris, Seuil, 1970
14. Greimas, A., «Pour une théorie des modalités», in *Langages*, n°43, 1976, pp. 11-36
15. Greimas, A., Courtés, J., *Du Sens II*, Paris, Seuil, 1983
16. Greimas, A., Courtés, J., *Sémiotique –dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette Supérieur, 1993
17. Grice, H.P.,«Logic and Conversation», traduit sous le titre «Logique et conversation», in *Communication*, n° spécial, 1975/1979, pp. 12-45
18. Grice, H.P., *La Conversation*, Paris, Seuil, 1979
19. Habermas, J., «Preliminarii la o teorie a competenței comunicative» in *Cunoaștere și comunicare*, București, Editura Politică, 1983, pp. 190-230
20. Habermas, J., *Morale et Communication*, Paris, trad. fr. Cerf, 1986
21. Habermas, J., *Théorie de l'agir communicationnel*, Paris, Fayard, 1987
22. Habermas, J., *De l'éthique de la discussion*, Paris, trad. fr. Cerf, (1991) 1992

## ÉLÉMENTS DÉFINITIONNELS

---

23. Hjelmslev, L., *Prolégomènes à une théorie du langage*, Paris, Minuit, 1968
24. Hjelmslev, L., *Essais linguistiques*, Paris, Minuit, 1971
25. Jeudi, H.-P., *La mort du sens – L'idéologie des mots*, Paris, Maison MAME, 1973
26. Saussure, F., *Cours de linguistique générale*, Paris, Payot, 1916/1972
27. Stockinger, P., «Le problème de l'éthique du point de vue psychologique», in *Le discours de l'éthique*, Bulletin du Groupe de Recherches sémio-linguistiques EHESS-CNRS, n°VII, 1984, pp.45-56
28. von Wright, G., *The Varieties of Goodness*, London, Routledge et Kegan Paul, 1963
29. Zilberberg, C., *Raison et poétique du sens*, Paris, PUF, 1988