

Les valeurs : quelles théories, quelles méthodes ?

Béatrice Fleury, Jacques Walter

► **To cite this version:**

Béatrice Fleury, Jacques Walter. Les valeurs : quelles théories, quelles méthodes ?. Questions de communication, Presses Universitaires de Nancy - Editions Universitaires de Lorraine, 2017, 32, pp.153-166. <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/11484> . hal-01794092

HAL Id: hal-01794092

<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01794092>

Submitted on 17 May 2018

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.

Les valeurs : quelles théories, quelles méthodes ?

Béatrice Fleury et Jacques Walter



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/11484>

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2017

Pagination : 153-166

ISBN : 9782814305076

ISSN : 1633-5961

Distribution électronique Cairn



CHERCHER, REPÉRER, AVANCER.

Référence électronique

Béatrice Fleury et Jacques Walter, « Les valeurs : quelles théories, quelles méthodes ? », *Questions de communication* [En ligne], 32 | 2017, mis en ligne le 31 décembre 2017, consulté le 15 mai 2018. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/11484>

BÉATRICE FLEURY

Centre de recherche sur les médiations
Université de Lorraine
F-54000
Beatrice.Fleury@univ-lorraine.fr

JACQUES WALTER

Centre de recherche sur les médiations
Université de Lorraine
F-57000
jacques.walter@univ-lorraine.fr

LES VALEURS : QUELLES THÉORIES, QUELLES MÉTHODES ?

Résumé. — Dans la 31^e livraison de *Questions de communication*, Nathalie Heinich (EHESS, CNRS) extrait dix propositions de l'ouvrage qu'elle a fait paraître au début de l'année 2017, *Des Valeurs. Une approche sociologique*. En caractérisant la diversité des attributions dont les valeurs font l'objet en situation, elle expose les grandes lignes d'un projet scientifique que plusieurs chercheurs discutent dans ces pages : Laurence Kaufmann et Philippe Gonzalez (Université de Lausanne), Louis Quéré (EHESS, CNRS) et Danilo Martucelli (Université Paris Descartes, CNRS, IUF). Si tous considèrent que le projet de Nathalie Heinich est heuristique, ils en nuancent plusieurs aspects et livrent des analyses complémentaires d'un indéniable intérêt pour l'ensemble des sciences humaines et sociales.

Mots clés. — sociologie des valeurs, sociologie axiologique, grammaire axiologique, neutralité axiologique, valeurs, valuer, valuation, attachement, stratégie, John Dewey, sociologie des décisions, situation, raisons d'agir, qualifications-en-valeur

Dans la 31^e livraison de *Questions de communication*, Nathalie Heinich est revenue en dix points sur l'ouvrage qu'elle a fait paraître aux éditions Gallimard au début de l'année 2017, *Des Valeurs. Une approche sociologique*. Proposant une sociologie pragmatique des valeurs, elle s'emploie, dans cet ouvrage et dans la synthèse qui sert de support à la discussion, à décrire et comprendre les valeurs, en mettant également en évidence la justification dont elles font l'objet par les acteurs eux-mêmes. Procédant à une mise en perspective des jugements et opinions de ces derniers, mais étudiant aussi les modalités et opérations d'attributions des valeurs, elle démontre que celles-ci ne sont ni des faits de nature, ni des phénomènes transcendants. Plurielles et relevant de processus dynamiques, elles ne sont pas non plus réductibles à une idéologie conservatrice, ni à un idéalisme moral ou religieux, ni même à des règles ou à des normes. En caractérisant la diversité des attributions dont elles font l'objet en situation, Nathalie Heinich livre donc les grandes lignes d'un projet scientifique qui vise à reconstruire les grammaires axiologiques du rapport aux valeurs.

Pour les sociologues qui discutent les thèses défendues par Nathalie Heinich, on a là un beau et ambitieux projet. Pour Laurence Kaufmann et Philippe Gonzalez (Université de Lausanne), celui-ci fait écho aux contributions originales et stimulantes qui « ont marqué la sociologie de l'art et la théorie sociologique des dernières décennies » ; pour Louis Quéré (EHESS, CNRS), il permet d'échapper à l'essentialisme des définitions de la notion ; pour Danilo Martuccelli (Université Paris Descartes, CNRS, Institut universitaire de France), il est un apport substantiel à la sociologie des valeurs. Notons que si les chercheur.e.s se réfèrent à la synthèse publiée dans *Questions de communication* (Heinich, 2017b), ils puisent évidemment dans l'ouvrage lui-même¹ qui a mûri dans des séminaires du Centre de recherches sur les arts et le langage (Cral, EHESS, 2005-2015).

Ainsi s'emploient-ils à relever les temps forts de la démonstration de la sociologue et/ou à commenter des aspects qui leur semblent mériter clarification. Par exemple, Laurence Kaufmann (qui est intervenue au Cral et avait lu une partie du manuscrit de *Des Valeurs*) et Philippe Gonzalez laissent « de côté certains points d'achoppement qui [leur] semblent problématiques » pour s'arrêter « sur les points forts de l'enquête sur les valeurs que propose Nathalie Heinich ainsi que sur les enjeux essentiels qu'ils soulèvent ». Pour sa part, Louis Quéré s'appuie sur la pensée de John Dewey pour analyser le champ des valeurs. Une base scientifique qui le conduit à s'interroger sur plusieurs facettes de la démonstration de Nathalie Heinich pour les compléter, voire les critiquer... Quant à Danilo Martuccelli, il centre son propos sur la neutralité axiologique et le contexte historique de la sociologie des

¹ En période de bouclage de ces « Échanges », le sociologue Hervé Glevarec (Institut de recherche interdisciplinaire en sociologie, science politique et économie, Université Dauphine, CNRS, Inra) a adressé à la revue une note de lecture sur *Des Valeurs. Une approche sociologique*. Il questionne le « statut premier de la valeur », examine « le rapport de la conceptualisation à son terrain d'observation » et s'interroge « sur l'articulation des niveaux supérieurs » (registres, amplificateurs de valeurs, etc.) avec la typologie établie par N. Heinich. La note est publiée dans la présente livraison, pp. 497-502.

valeurs. Il met ensuite en relation la grammaire axiologique telle qu'envisagée par Nathalie Heinich avec une sociologie plus traditionnelle des rapports de force. Ce qui le conduit, lui aussi, à nuancer l'approche de la sociologie.

L'ensemble des contributions offre une perspective stimulante et non complaisante qui concerne la sociologie et d'autres disciplines des sciences humaines et sociales (SHS), tant les ouvertures sont nombreuses. Au demeurant, rappelons que, à partir d'un article de Nathalie Heinich (2002), « Pour une neutralité engagée », *Questions de communication* avait inauguré ses premiers « Échanges » en 2003 et 2004 (avec des textes – disponibles en ligne sur le site de la revue – de Serge Barcellini, Philippe Bataille, Philippe Breton, Marc Ferro, Roselyne Koren, Érik Neveu, Madeleine Rebérioux, Vanessa Ruget, Yannis Thanassekos, Annette Wieviorka, contributeur: rice.s auquel.le.s la sociologue avait répondu en 2004) très enrichissant pour les sciences de l'information et de la communication (SIC). À n'en pas douter, il en sera de même pour la démarche initiée dans le domaine des valeurs.

La sociologie axiologique en discussion

Laurence Kaufmann et Philippe Gonzalez sont chercheur.e.s au sein de l'équipe Thema (Théorie sociale, enquête critique, médiations, action publique) de l'Université de Lausanne et membres affiliés au Centre d'étude des mouvements sociaux (CEMS, IMM, CNRS/EHESS). L'une mène des recherches sur la communication et la culture en abordant la question « des croyances, des récits et des pratiques en vigueur dans une communauté donnée »². L'autre s'attache à la religion et au domaine politique en même temps qu'il est engagé dans une démarche ethnographique³. Ensemble, ils ont notamment conduit un programme sur l'ancrage social de la religion – « *S'inscrire dans l'espace public. Approches sociologiques et géographiques des nouveaux paysages religieux* » – qui a donné lieu à des publications ou interventions réalisées seuls ou en collaboration⁴. De ces compétences scientifiques, ils tirent une vision spécifique du rapport aux valeurs dont on trouve la trace dans le propos qu'ils développent, notamment en y adjoignant une réflexion sur les émotions.

Privilégiant une lecture positive du projet de Nathalie Heinich, ils listent plusieurs points forts qu'ils ne se privent pas de compléter voire, dans certains cas, de corriger. Ainsi développent-ils un argumentaire constructif, dans une contribution en quatre parties qui mêle dimensions théoriques et méthodologiques.

À visée théorique, la première partie de leur démonstration traite de la sociologie axiologique dans laquelle ils expliquent combien est précieuse la distinction que pose Nathalie Heinich entre normes et valeurs. Par exemple, le fait qu'à

² Accès : <http://cems.ehess.fr/index.php?2562>.

³ Accès : <http://cems.ehess.fr/index.php?3525>.

⁴ Accès : <https://www.unil.ch/vei/home/menuguid/nouveaux-paysages-religieux/valorisation-et-diffusion.html>.

la valeur ne soit pas nécessairement associé un critère d'efficacité empêche la disqualification de celle-ci lors d'un défaut de mise en œuvre. D'ailleurs, que la valeur et l'efficacité soient disjointes assure une forme de dynamisme social : « La tension entre l'idéal axiologique et la réalité empirique, lorsqu'elle est maintenue, rend cet idéal mobilisateur *parce qu'inachevé* ». Ainsi les valeurs orientent-elles les comportements sans pour autant les contraindre – contrairement aux normes – ni même engager les individus dans une démarche de répétition ou de conformité *via* les régularités.

Du point de vue de la méthode, les deux chercheurs précisent la part inductive de l'approche de Nathalie Heinich. Précisément, en faisant des controverses et désaccords les terrains privilégiés de ses analyses, la sociologue part des paroles, interprétations et pratiques des acteurs et ne s'engage qu'avec prudence dans une montée en généralité. Par l'entremise des justifications des acteurs dans un cadre conflictuel, elle met au jour les valeurs implicites qui fondent les débats. Partant du principe selon lequel les valeurs publiques défendues lors d'une controverse sont celles qui sont jugées dignes d'être exprimées en public, elle met en évidence les éléments de culture commune qui unissent les individus. Avec cette conséquence : les valeurs publiques ont le statut de *raisons* d'agir pour un collectif et se distinguent de la sorte des valeurs privées.

Anticipant sur les critiques qui pourraient contester cette analyse des valeurs publiques – qui fonctionneraient comme une vitrine sociale –, Laurence Kaufmann et Philippe Gonzalez développent deux aspects que pourrait reprendre la sociologue : le poids normatif des valeurs publiques et leur composante émotionnelle avec, par voie de conséquence, un écart amoindri entre valeurs publiques et valeurs privées. Apparaît dans ces propositions l'apport des travaux des deux chercheurs (Gonzalez, Kaufmann, 2012 ; Kaufmann, Kneubühler, 2014) dans lesquels la dimension émotionnelle est intégrée à l'approche scientifique.

Non sans une pointe d'humour, Laurence Kaufmann et Philippe Gonzalez écrivent que, « dans un moment d'égarement », Nathalie Heinich assimile, dans le contexte politique, les valeurs publiques à la langue de bois. À rebours de cette interprétation, ils mettent en exergue le poids normatif et *engageant* des valeurs publiques, faisant de ces dernières – qu'ils désignent aussi sous l'appellation de « méta-valeurs » – une « boussole » que les acteurs convoquent ou mettent « en œuvre dans une situation donnée ». « De nature hybride [valeurs et normes en même temps], ces valeurs sont le lieu où se rejoignent le *devoir-être* normatif et le *désirable idéal*, indiquant aux acteurs les pôles axiologiques sur lesquels ils doivent miser s'ils souhaitent participer aux jeux sociaux et politiques de leur temps ».

De fait, si l'on reconnaît le poids normatif de ces valeurs publiques, l'écart entre ces dernières et les valeurs privées tend à s'amenuiser par le biais d'un travail d'harmonisation que prolonge le surgissement des émotions. De ce point de vue, l'indignation est une émotion identifiée par Nathalie Heinich qui possède une forte tendance à la généralisation « car les valeurs qui

l'animent sont d'emblée partageables, sinon partagées ». Et si les émotions sont individuellement ressenties, les motifs susceptibles de les faire surgir ou les situations dans lesquelles elles peuvent être exprimées, comportent non seulement une dimension sociale, mais se réfèrent implicitement à une norme. À ce sujet et à l'instar de Marcel Mauss (1921), les auteure.s évoquent des « sentiments appropriés aux différentes situations sociales ».

Dans le prolongement de cette prise en compte des émotions à laquelle Laurence Kaufmann et Philippe Gonzalez ajoutent le lien étroit que celles-ci sont susceptibles d'entretenir avec les valeurs morales, s'ouvre « une troisième voie quelque peu différente de celle que Nathalie Heinrich tente de dégager » : le concept d'affordance axiologique qui suppose une forme d'universalité – même limitée – des valeurs. Dans la note 11 de leur démonstration, les auteure.s expliquent que l'hypothèse d'une axiologie universelle ne menace pas la particularité sociale et culturelle des instanciations. Tout en ne remettant pas en cause le modèle de Nathalie Heinrich qui s'oppose à toute idée d'universalité des valeurs morales, les deux auteurs en révisent et assouplissent certains aspects. Selon eux, si l'on invoque l'idée d'une variation des valeurs – pour Nathalie Heinrich, les valeurs sont notamment déterminées par des propriétés culturelles –, cela ne peut se faire qu'au regard d'un invariant.

S'ensuit une discussion sur la posture scientifique de Nathalie Heinrich. L'hypothèse pour le moins audacieuse de Laurence Kaufmann et Philippe Gonzalez est que cette dernière ne parvient pas toujours à appliquer la neutralité axiologique du sociologue que, pourtant, elle défend. Par exemple, quand elle postule que les acteurs croient en la propriété intrinsèque des choses, ce que récusent les deux chercheur.e.s, elle légitime un savoir par rapport à un autre : « Le sociologue spécialiste de l'axiologie saurait *en réalité* qu'il en va autrement, la valeur étant le résultat d'un processus collectif d'attribution ». De la sorte, elle se rapprocherait de la posture de « Pierre Bourdieu qui, lui, théorise la méconnaissance ou l'aveuglement que la plupart des agents possèdent quant au fonctionnement du monde social ». À cette difficulté, les deux chercheurs en ajoutent une autre : le problème que représente la démarche inductive *via* la démarche grammaticale qu'adopte Nathalie Heinrich pour étudier les valeurs. Contrairement à ce qu'affirme la sociologue en défendant l'idée que le sociologue-grammairien n'a aucun pouvoir évaluatif, Laurence Kaufmann et Philippe Gonzalez considèrent que celui-ci procède bien à une évaluation, « ne serait-ce qu'en rapportant des énoncés ou des actions à leur cadre de référence ». Pour eux, l'enquête pragmatiste, telle que la sociologue la conceptualise, est problématique et s'éloigne du principe de neutralité. Leur conclusion aurait pu trouver sa place dans la première série d'« Échanges » sur l'engagement et de la neutralité du chercheur que *Questions de communication* a publiés en 2003 et 2004. Que cet aspect soit aujourd'hui abordé montre qu'il ne s'agit pas là d'un questionnement conjoncturel. Il est constitutif du travail de recherche.

John Dewey : une ressource théorique pour analyser le champ des valeurs

Comme Laurence Kaufmann et Philippe Gonzalez, Louis Quéré est chercheur au CEMS. Directeur de recherche émérite au CNRS, il a notamment dirigé l'Institut Marcel Mauss (EHESS, CNRS) dont fait partie le CEMS. Un de ses domaines de recherche est l'épistémologie des sciences sociales. En outre, les théories de l'action, la communication et l'espace public, la sociologie de la confiance sont quelques-unes de ses thématiques de prédilection⁵. Lui aussi considère que la démarche de Nathalie Heinich est importante, déjà par rapport aux clarifications que la sociologue apporte, mais également parce qu'un sociologue ne doit pas, selon lui, « se garder de parler de valeurs et d'en comprendre la dynamique et la fonctionnalité ». Ceci posé, Louis Quéré en vient aux critiques et propositions. Sa contribution est structurée autour de sept points – que nous ne reprendrons pas *in extenso* – pour discuter une bonne partie de la synthèse de sa collègue à l'EHESS. Dans la plupart des arguments développés, les travaux de John Dewey viennent contrer la démonstration de Nathalie Heinich.

En nuancant, voire en contestant, beaucoup des termes ou principes avancés par Nathalie Heinich, Louis Quéré déploie un système de pensée tout en nuances. Dès les premières pages de sa démonstration, il aborde la question de l'essentialisme en considérant que Nathalie Heinich « propose à juste titre d'échapper à l'essentialisme concernant les valeurs ». Mais il s'interroge aussi sur le geste dont procède ce courant qu'il rattache à l'expérience, l'environnement étant un co-opérateur de celle-ci. D'ailleurs, pour la plupart des termes, il procède à l'identique, historisant et situant chacun de ceux-ci comme il propose de le faire pour les valeurs elles-mêmes. Se fondant donc sur des notions au cœur de la pensée de John Dewey, Louis Quéré convoque des termes qui n'existent pas en français, mais qui lui semblent plus justes pour traiter des valeurs. C'est le cas de « valuer » et « valuation »⁶ qui, selon lui, ont pour intérêt, contrairement aux « jugements de valeurs », de tenir compte de la source biologique des qualifications-en-valeur. Car pour Louis Quéré, à rebours de Nathalie Heinich qui refuserait « de considérer les valeurs comme des faits de nature », les valeurs, les modes de qualification et les régimes de valeur sont pluriels. Si le sociologue n'oppose pas nature et culture, c'est au motif « que le refus [par Nathalie Heinich] d'un certain naturalisme n'est pas justifié ». Pour lui, les « valuations » ont « une base naturelle biologique, c'est-à-dire qu'elles font partie du comportement instinctif des êtres vivants dans leurs interactions avec leur environnement ». Dans le prolongement de cette critique, il s'oppose au fait que Nathalie Heinich parle d'« expérience axiologique » : « Si elle entend par

⁵ Accès : <http://cems.ehess.fr/index.php?2643>.

⁶ Les 9 et 10 décembre 2015, des journées d'études intitulées « Valuations, évaluations » étaient organisées à l'EHESS par l'Institut Marcel Mauss, le CEMS, le Groupe Sciences et technologies (GST) et l'équipe ERC Disconex (The Discursive Construction of Academic Excellence). L. Quéré y a présidé les séances sur la « Valuation de l'environnement ».

là un type spécifique d'expérience, je crois qu'elle se fourvoie : ce que je viens d'expliquer sur l'omniprésence des "valuations" dans les conduites et les activités tendrait à prouver que la dimension "axiologique" est plutôt une composante inévitable de toute expérience, plutôt qu'un type spécifique d'expérience ». De ce raisonnement découle donc l'importance des émotions dans les « valuations » qui prend corps et sens dans un « monde qualitatif ». Sur ce point, Louis Quéré rejoint l'un des arguments défendus par Laurence Kaufmann et Philippe Gonzalez : « C'est par nos émotions que nous nous rendons compte de ce qui nous est cher, de ce qui nous importe, de ce à quoi nous tenons, de ce à quoi nous sommes attachés [...] ou encore du contenu réel de nos orientations du moment, de nos préoccupations, de nos préférences, de nos objectifs ou de nos attentes ».

Louis Quéré développe donc une critique très serrée des notions convoquées par Nathalie Heinich, ainsi que de leur portée. Il remplace beaucoup d'entre elles par un vocabulaire et une orientation conceptuelle qui lui semblent plus justes. Par exemple, dans le chapitre 6 de son ouvrage qui correspond à la troisième partie de sa contribution « Les trois sens du mot "valeur" », Nathalie Heinich distingue :

- la « valeur-grandeur » qui correspond à la grandeur intrinsèque d'un objet (son mérite, sa grandeur, sa vertu, son prix...);
- la « valeur-objet » pour laquelle un objet est crédité d'une appréciation positive (la famille, le travail, l'amour...);
- la « valeur-principe » qui « est une butée de l'argumentation ».

Pour Louis Quéré, le risque d'une formulation telle que celle de la troisième catégorie est « de donner crédit à ceux qui font des valeurs des choses ultimes, suprêmes, absolues ». Ainsi récuse-t-il l'idée de butée pour lui préférer la conception selon laquelle une valeur est ultime dans le sens où elle est le point final d'une enquête. Cette perspective est à rattacher à un aspect fondamental du raisonnement de chercheur et qui paraît être un point de désaccord avec Nathalie Heinich : à l'instar de la conception de John Dewey (1939), les valeurs – mais aussi les critères – se rapportent à des contextes, et encore à des situations. Valeurs et critères ne sont pas « fixés indépendamment des pratiques, ils sont élaborés et configurés comme moyens par leur usage en situation ». La situation dont il est question n'est pas un lieu d'observation, mais un cadre expérientiel fondamental.

Autre point de désaccord, le rapprochement qu'écarte Nathalie Heinich entre les valeurs et la religion. Pour Louis Quéré, tout dépend de la conception que l'on se fait de la religion. Pour attester de la variabilité du rapport entre valeurs et religion, il présente donc trois approches théoriques : celle d'Émile Durkheim (1912) sur la sacralisation des valeurs, celle de Hans Joas (2013) sur la genèse des valeurs au fondement des droits de l'Homme, et celle de John Dewey (1934) sur la religion envisagée comme une attitude pratique. C'est d'ailleurs la conception que défend ce dernier et que commente Louis Quéré, le rôle de l'expérience étant mis en exergue, ainsi que la place des émotions dans un tel cadre.

Aucune surprise à la lecture d'une conclusion qui opère un retour sur la « pragmatismation » du champ de valeur telle que défendue par Nathalie Heinich. Par exemple, sur la question des représentations, Nathalie Heinich pose l'existence de « représentations axiologiques » collectives. Ce à quoi Louis Quéré ajoute la présence incontournable d'un sujet de représentations. Plaçant l'action au fronton de cet ajout, il écrit : « Si nous sommes sensibles à certaines valeurs, c'est parce que, à travers des usages et des institutions, qui sont contingents, nous avons développé certaines pratiques, qui sont socialement "valuées" ». Les valeurs ne peuvent donc être séparées d'une situation particulière et socialement « valuée », au sein de laquelle se nouent « des interactions et des relations sociales, et plus largement des modes de coexistence ».

De la neutralité à la grammaire axiologique en passant par l'historisation d'une démarche

Professeur de sociologie à l'Université Paris-Descartes, Danilo Martuccelli est chercheur au Centre de recherche sur les liens sociaux (Cerlis, CNRS). Actuellement, il est membre senior de l'Institut universitaire de France (IUF). Parmi ses thématiques et perspectives de recherche, on note la théorie sociale, la sociologie de l'individuation, la sociologie politique⁷. À noter qu'il avait lu l'intégralité de la première version du livre de Nathalie Heinich. Sa contribution est principalement centrée sur trois aspects : la neutralité axiologique, la question du contexte historique et son importance pour la sociologie des valeurs, la grammaire axiologique.

On pourrait penser que tout a été dit – ou presque – sur la neutralité axiologique. La contribution de Laurence Kaufmann et Philippe Gonzalez montre qu'il n'en est rien. Celle de Danilo Martuccelli aussi, mais pour d'autres raisons. Le chercheur explique que la neutralité axiologique que revendique Nathalie Heinich n'intervient pas dans les débats théoriques entre chercheur.e.s, mais concerne « la prise de position proprement axiologique sur les objets du monde ordinaire, ceux qui agitent les chercheurs » (Heinich, 2017a : 108-109). Or, le sociologue doute de la pertinence de cette distinction, considérant que le principe visé dans les deux cas est similaire, puisque subordonné « à la question de la vérité », considérant aussi que faire de la bonne sociologie n'équivaut pas nécessairement à adopter un principe de neutralité. D'ailleurs, selon lui, aucun sociologue ne serait exempt de passion. Plus, ce sentiment pourrait s'avérer constitutif, voire « nécessaire à la production de la connaissance sociologique ». Raisonnant de la sorte, Danilo Martuccelli voit en la neutralité axiologique une justification d'une manière de faire la sociologie et s'interroge sur l'intérêt qu'il y a à l'ériger en « ligne privilégiée d'une sociologie des valeurs ». D'où un détour par l'Histoire pour comprendre les ressorts épistémologiques des choix contemporains.

⁷ Accès : <http://www.cerlis.eu/team-view/martuccelli-danilo>.

Une visée qui tranche avec la démarche synchronique adoptée par Nathalie Heinich. Danilo Martuccelli tente donc de comprendre ce que la sociologie des valeurs doit au « contexte de la modernité », s'engageant de la sorte dans « une historicisation des soubassements de la grammaire axiologique » (titre d'une sous-partie de sa démonstration).

En arrière-fond de la neutralité axiologique prônée par Nathalie Heinich, Danilo Martuccelli voit « une vision axiologique » qui est « celle d'une vérité-travail, issue de preuves et de controverses, capables de réflexivité et de distanciation envers les enjeux pratiques du monde tels qu'ils sont définis par les acteurs ». De fait, si vision il y a, on ne peut parler de neutralité puisque, forcément, adopter cette posture scientifique suppose d'y adhérer. Tout en prenant des précautions heuristiques, le chercheur remonte aux XVI^e et XVII^e siècles où, à l'instar de ce que décrit Stephen Toulmin (1990), « la consolidation de la science moderne entraîne la mort intellectuelle de l'humanisme ». La position défendue par Nathalie Heinich se rapprocherait donc d'un moment historique se caractérisant par « l'entrée progressive dans un univers social où est en train de se redéfinir un nouveau rapport historique à la vérité », un contexte et des caractéristiques que lui-même a mis en évidence (Martuccelli, 2015).

Hormis cette historicisation, Danilo Martuccelli observe la modernité elle-même, notant que, dans les sociétés contemporaines, le rapport aux valeurs a changé, les individus ne cessant « d'être sollicités à propos de leurs "goûts", leurs "opinions", leurs "attachements" ». Ainsi suggère-t-il d'intégrer ces changements dans une sociologie des valeurs, de même qu'il lui paraît important de prendre en compte « l'expérience de société hautement "affective" » que nous connaissons et qui serait la marque « d'une personnalisation des phénomènes sociaux ». Danilo Martuccelli sait de quoi il parle. Plusieurs de ses travaux portent sur ces questions (en collab. Singly, 2009 ; 2010 ; en collab. Araujo, 2012). Dans sa contribution, il développe un aspect que Nathalie Heinich aurait minimisé et qui a trait aux ressentis et convictions des individus, donc aux « attachements ». Il exemplifie cette dimension en puisant matière à réflexion dans le domaine politique. Il rappelle que, dans le vote, l'individu exprime une opinion qui « traduit une évaluation dans laquelle transparaît à terme l'adhésion d'un individu à une valeur (ou à un ensemble de valeurs) ». Avec ce geste, on est loin de la seule identification à un programme ou à un homme politique : les électeurs expriment « leur » personne en même temps que « leur » conviction et « leur » intimité. Par voie de conséquence, ils expriment « leur » attachement. Ce qui, selon Danilo Martuccelli, devrait inviter la sociologie des valeurs à s'ouvrir à une sociologie des attachements.

Pour finir, le sociologue en vient à des questions d'ordre théorique et méthodologique, précisément au sujet de la préférence de Nathalie Heinich pour l'observation, une méthode qu'elle oppose aux entretiens et qui permet au chercheur de voir, « *in situ* et en acte, la manière dont les évaluations opèrent ». Danilo Martuccelli en convient : ce choix permet de « défendre l'autonomie des valeurs vis-à-vis de leur réduction aux intérêts, aux positions ou aux rapports de forces entre acteurs » et d'en prouver

le bien-fondé. Toutefois, il considère que Nathalie Heinich néglige un domaine de recherche qui, outre le fait qu'il n'est pas réductible à une sociologie critique de la domination, apporterait beaucoup à la sociologie des valeurs. Il s'agit de la sociologie de la décision qui analyse la production et l'établissement des grandeurs, en mettant notamment à plat les « processus effectifs de prise de décision (Crozier, Friedberg, 1977) ». Dans ce cadre, la « rationalité » et la « valeur » peuvent être mises en relation et aider à comprendre la force du tournant stratégique. Pour Danilo Martuccelli, on a là non une sociologie qui serait complémentaire de la sociologie des valeurs, mais une alternative à celle-ci. Car loin de la « sociologie critique des rapports sociaux de domination dans laquelle les positions détenues seraient la clé analytique », les recherches de ce courant peuvent mettre en évidence les zones d'incertitude au sein desquelles des individus sont susceptibles de trouver et construire leurs marges d'action. Sans éliminer les valeurs, les recherches de ce courant en montrant « la fonction somme toute assez restreinte [...] lors de bien des évaluations dans la vie sociale ». Ainsi l'analyse stratégique montrerait-elle que, « lors de leurs prises de décision, les acteurs ne sont pas toujours [...] d'abord mus par des valeurs [...] mais, qu'au contraire, le plus souvent, ils co-construisent leurs "buts" en situation ; et que, même s'ils ont des "valeurs" au départ, les décisions dépendent toujours *in fine* [...] des processus stratégiques engagés et des asymétries de force (opportunités, alliances, contextes) ».

Conclusion

En partie différents les uns des autres, les points de vue des discutant.e.s de ces « Échanges » s'accordent néanmoins sur l'intérêt que représente l'ambitieux travail de Nathalie Heinich. Par le biais d'une discussion serrée, les discutant.e.s s'emploient aussi à en préciser les contours scientifiques. En effet, l'ouverture à d'autres approches théoriques et/ou méthodologiques et les prises en compte plus fortes de facteurs susceptibles d'interagir avec le champ des valeurs sont quelques-unes des pistes que Laurence Kaufmann et Philippe Gonzalez, Louis Quéré et Danilo Martuccelli mettent en partage. C'est ainsi que la forte visée programmatique du livre de Nathalie Heinich et les propositions des sociologues sont utiles aux chercheur.e.s de plusieurs disciplines constitutives des SHS, en particulier celles et ceux qui s'intéressent aux processus info-communicationnels.

En voici quelques exemples parmi d'autres possibles qui participent des dix grands domaines d'investissement des sciences de l'information et de la communication⁸. L'analyse de débats, polémiques et controverses dans l'espace public – notamment dans le registre politique – peut être enrichie par les distinctions entre trois sens du mot valeur, entre normes et valeurs, entre orientation et détermination. De

⁸ Sur les domaines privilégiés par les SIC, voir l'ouvrage *Dynamiques des recherches en sciences de l'information et de la communication*, publié par la Conférence permanente des directeur.trices des laboratoires en sciences de l'information et de la communication (à paraître en 2018).

même, il est possible de tirer profit des avancées sur les méta-valeurs, soit arrimées à différentes sphères particulières (certes politique, mais d'autres aussi...), soit contribuant à doter l'espace public d'une « armature » transversale. De la sorte, les valeurs sont « au sommet de l'architectonique politique ». Ce qui, combiné aux travaux sur les arènes publiques (Cefai, 2016), est du plus haut intérêt y compris lorsque l'on se penche sur le fonctionnement des mondes médiatique et journalistique, sachant aussi que l'espace public est empli de dispositifs (sondages, palmarès, *like*...) visant à produire, mesurer et visibiliser des jugements, des goûts et des opinions sur un spectre de plus en plus large d'activités ou d'objets (voir Heinich, 2012). Les discussions autour du rapport entre les valeurs et les émotions (les émotions comme perception de valeurs, raisons d'agir...) sont aussi très stimulantes, que ce soit dans les domaines de l'art, du patrimoine, du design, des industries culturelles (avec notamment la place croissante des jeux numériques ou de la ludicisation), du sport, etc. Les connexions avec les approches en termes d'attachement (et d'affectivité implicite), d'affordances et de prises sont établies et positivement complexifiées.

Dans le domaine de la communication des organisations – celles-ci ont souvent mis en exergue les valeurs portées par les entreprises ou les institutions publiques –, ces « Échanges » sont salutaires. Non seulement, ils servent à mieux appréhender les discours tenus au nom de valeurs, mais ils contribuent aussi à enrichir l'analyse des processus de prises de décision en mettant l'accent sur les rôles respectifs des positions occupées et du recours aux valeurs, tout comme sur les zones d'incertitude entre ces deux facteurs, en montrant l'intérêt de l'analyse stratégique héritée des travaux sociologiques de Michel Crozier et Erhard Friedberg. Dans un ordre de préoccupation semblable, le passage par les travaux de l'économiste André Orléan (2011) – l'un des participants au séminaire du Cral – force à reconsidérer, sans sombrer dans l'économisme, le rôle des dynamiques collectives dans l'autorité accordée aux valeurs ou encore celui par les théories luhmannienne de la confiance (Luhmann, 1968).

Enfin, depuis peu, des chercheur.e.s en SIC développent des programmes sur le fait religieux, le sacré ou la sacralisation (voir, par exemple, le dossier « Figures du sacré », dans *Questions de communication*, 2013, 23). Le débat engagé ici sur la reconnaissance ou non des valeurs de la religion en tant qu'idéaux ne manquera pas d'avoir de l'écho. De même que la discussion sur le rôle de l'imagination créatrice, en référence notamment à Charles Taylor (2004), qui semble laissé en friche, alors même que, au-delà du religieux, les industries créatives touchent un public quasi mondialisé.

En somme, tout en étant l'œuvre de sociologues, *Des valeurs* et ces « Échanges » sont marqués par des agencements de théories provenant de disciplines ou de courants très différents. Ainsi, pour son sujet, Nathalie Heinich montre-t-elle parfaitement comment s'articulent structuralisme, interactionnisme et constructivisme. Elle affirme aussi sa distance, c'est le moins que l'on puisse dire, avec le courant critique. Précisément, tant l'interdisciplinarité que l'approche critique sont en débat dans la communauté des SIC. *Questions de communication* y a d'ailleurs consacré

des « Échanges » parfois musclés (voir, d'une part, à partir d'un texte de Patrick Charaudeau (2010), les livraisons 17, 18, 19, 21 ; et, de l'autre, à partir d'un texte de Fabien Granjon (2015), les livraisons 28, 29, 30). Débat encore sur les méthodes ou confrontations de résultats. Si, dans la logique d'une sociologie pragmatique, Nathalie Heinich s'appuie sur l'observation et moins sur des entretiens dont elle signale la pauvreté du rendement en la matière, avec l'envol de ce que l'on nomme les humanités numériques, on ne peut que s'interroger, cette fois dans le cadre de l'analyse de discours linguistique et info-communicationnelle⁹, sur le possible rendement du traitement de corpus d'ampleur inédite pour mettre à l'épreuve les acquis du renouveau des recherches sur les valeurs¹⁰. Comme quoi, si Nathalie Heinich (2004, 2017a, 2017b) affectionne l'expression « pour en finir avec », nous n'en avons pas encore fini avec ses « 10 propositions sur les valeurs ».

Références

- Araujo K, Martuccelli D., 2012, *Desafíos Comunes. Retrato de la sociedad chilena y sus individuos*, Santiago, LOM.
- Cefai D., 2016, « Publics, problèmes publics, arènes publiques... Que nous apprend le pragmatisme ? », *Questions de communication*, 30, pp. 25-64.
- Charaudeau P., 2010, « Pour une interdisciplinarité "focalisée" dans les sciences humaines et sociales », *Questions de communication*, 17, pp. 195-222. Accès : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/385>.
- Crozier M., Friedberg E., 1977, *L'Acteur et le système. Les contraintes de l'action collective*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Dewey J., 1934, *L'Art comme expérience*, Pau, Presses de l'Université de Pau, trad. de l'américain et coord. par J.-P. Cometti, 2005.
- Dewey J., 1939, « Experience, knowledge and value: a rejoinder », pp. 517-608, in : Schilpp P.A., ed., *The Philosophy of John Dewey*, Evanston, Northwestern University.
- Durkheim É., 1912, *Les Formes élémentaires de la vie religieuse. Le système totémique en Australie*, Paris, Presses universitaires de France, 2008.
- Dynamiques des recherches en sciences de l'information et de la communication, 2018, *Conférence permanente des directeurs.trices des laboratoires en sciences de l'information et de la communication* (à paraître).
- Gonzalez P., Kaufmann L., 2012, « The Social Scientist, the Public, and the Pragmatist Gaze. Exploring the Critical Conditions of Sociological Inquiry », *European Journal of Pragmatism and American Philosophy*, IV, 1, pp. 55-82. Accès : <http://journals.openedition.org/ejapap/766>.

⁹ Ruth Amossy et Roselyne Koren, linguistes membres du groupe de recherche Analyse du discours, argumentation, rhétorique (Adarr; Tel Aviv), ont d'ailleurs lu et commenté plusieurs chapitres du manuscrit ; en outre, une section de *Des Valeurs* est consacrée à « l'apport de spécialistes du langage » (Heinich, 2017a : 121-127).

¹⁰ *Des valeurs* contient en appendice titré « Humanités et sciences sociales à l'épreuve des valeurs » (Heinich 2017a : 349-390) qui toutefois n'aborde pas le recours à l'équipement numérique.

Les valeurs : quelles théories, quelles méthodes ?

- Granjon F., 2015, « Du matérialisme comme principium d'un agenda de la recherche critique en communication », *Questions de communication*, 28, pp. 157-190.
- Heinich N., 2002, « Pour une neutralité engagée », *Questions de communication*, 2, pp. 117-127. Accès : <https://questionsdecommunication.revues.org/7084>.
- Heinich N., 2004, « Pour en finir avec l'engagement des intellectuels », *Questions de communication*, 5, pp. 149-160. Accès : <https://questionsdecommunication.revues.org/7106>.
- Heinich N., 2012, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard.
- Heinich N., 2017a, *Des valeurs. Une approche sociologique*, Paris, Gallimard.
- Heinich N., 2017b, « 10 propositions sur les valeurs », *Questions de communication*, 31, pp. 291-314.
- Joas H., 2013, *The Sacredness of the Person. A New Genealogy of Human Rights*, Georgetown, Georgetown University Press.
- Kaufmann L., Kneubühler M., 2014, dirs, « Affecter; être affecté. Autour des travaux de Jeanne Favret-Saada ». Accès : <https://sociologies.revues.org/4695>.
- Luhmann N., 1968, *La Confiance. Un mécanisme de réduction de la complexité sociale*, trad. de l'allemand par S. Bouchard, Paris, Éd. Economica, 2006.
- Martuccelli D., 2010, *La Société singulariste*, Paris, A. Colin.
- Martuccelli D., 2015, « Politique, religion, vérité : vers une réouverture des hostilités ? », *Cités*, 62, pp. 113-126.
- Mauss M., 1921, « L'expression obligatoire des sentiments (rituels oraux funéraires australiens) », *Journal de psychologie*, 18, pp. 425-434.
- Orléan A., 2011, *L'Empire de la valeur. Refonder l'économie*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Singly F. de, Martuccelli D., 2009, *Les Sociologies de l'individu*, Paris, A. Colin.
- Taylor C., 2004, *Modern Social Imaginaries*, Durham, Duke University Press.
- Toulmin S., 1990, *Cosmopolis. The Hidden Agenda of Modernity*, Chicago, Chicago University Press, 1992.