

réflexion qui n'a pas échappé, lui non plus, aux assauts venant des sciences humaines. L'audace qui marque un tel travail de discernement s'annonce dès le titre même de l'ouvrage, par le choix du mot «métaphysique»; des philosophes de premier ordre, au cours du siècle écoulé, n'ont cessé de proclamer le dépassement, sinon la mort, de la métaphysique, dans le souci de faire taire ses clameurs par trop déroutantes: qui sommes-nous? d'où venons-nous? où allons-nous? Pensée «sans objet» pour les positivistes, «sans fondement» pour les analytiques, la métaphysique semblait être hors de l'ordre du jour. Très conscient de ce problème, M. Manos n'a pas manqué d'ajouter à la fin de son livre, un appendice au titre significatif: «Qu'est-ce que la philosophie?», lequel, on ne s'en doutait guère se termine précisément par des pages sur Martin Heidegger.

Toutefois, il y eut aussi des tentatives de restauration de la métaphysique, non, certes, celles, naturelles, des nostalgiques, mais bien dans le cadre et sur le sol de notre modernité. Max Scheler est le nom qui nous vient à l'esprit, avec sa théorie des valeurs; des considérations axiologiques ne seraient aucunement hors propos en ce qui concerne la réflexion propre à M. Manos; et voilà deux de ses valeurs préférées: l'art et le beau. Encore un rapprochement qui ne va pas sans provocation à l'encontre de bien des esthétiques modernes qui, justement, font fi de l'idée du beau ou, pire, s'en désintéressent. Or M. Manos a fait son choix, en se mettant du côté de la lumière venant de la philosophie classique et misant sur l'originaire. Ses analyses portent sur l'esthétique antique (1ère partie), puis s'attardent sur l'époque moderne, après Baumgarten (2e partie), où la notion du classique n'a cessé d'être source d'inspiration. Voilà la route réflexive parcourue par le livre. Somme toute, un ouvrage savant et sérieux.

G. ARABATZIS

Herman PARRET, *L'esthétique de la communication. L'au-delà de la pragmatique*, Bruxelles, Ousia, 1999, 231 pp.

Ce livre, comme bon nombre de bons livres en philosophie, commence par une aporie et se termine par une autre. La première est présentée par l'auteur lui-même dans son introduction portant le titre «L'esthétisation de la pragmatique». Puis, viennent les chapitres: «La rationalité stratégique», «Le temps, ce grand sculpteur», «La compréhension abductive», «Le pathos raisonnable», «Le sublime et l'ambiance de la séduction», «L'attitude de bon goût», «Communiquer par aïsthésis». Quelle est la nature de cette première aporie qui a provoqué l'œuvre? D'abord, l'auteur constate la montée toute récente de la pragmatique sémiotique conçue par cet esprit pan-épistémonique (philosophe, linguiste, logicien) de la Nouvelle Angleterre que fut Charles Sanders Peirce (1839-1914). La pragmatique serait le domaine sémiotique concernant l'étude des signes et leur utilisation dans des situations concrètes, notamment celles qui concernent les communautés humaines. Il est donc naturel que la pragmatique se concentre sur les phénomènes de l'énonciation et de la performativité dans la communication. Or, qui dit communauté et communication dit éthique, voire politique, comme toute une série de penseurs contemporains l'ont affirmé (Habermas, Apel, Rorty). H. Parret reconnaît la valeur de telles considérations mais (et cela constitue la deuxième partie de son interrogation) conteste leur légitimité quant à la pragmatique de la communication. Dans de pareilles problématiques, l'éthique ne joue finalement qu'un rôle de «surcroît»; elle devient une sorte de valeur de la valeur, où, à cause du dédoublement, échoue toute question de valorisation de la communication. H. Parret voit une sortie de l'impasse chez Kant, dans la *Critique de la faculté de juger*, où le philosophe allemand distingue deux types d'exposition des idées, la manière (*modus aestheticus*) et la méthode (*modus logicus*). H. Parret se propose de réfléchir sur la pragmatique de la communication à travers le *modus aestheticus*, sur la base commune, s'il y en a une, des affects, des *aistheseis*; le lecteur attentif aura compris qu'en réalité l'enjeu du livre n'est pas tant l'esthétique, mais l'éthique de la communication.



Dans le déploiement réflexif de l'auteur, l'*Esthétique* de Kant achève l'éthique et la politique d'Aristote; Kant et Aristote (mais non Platon, précise-t-il), avec l'école de Francfort et la philosophie postmoderne, en tant que questionnements et défis intellectuels, constituent l'«au-delà de la pragmatique» qu'évoque le sous-titre du livre.

Les chapitres qui suivent cette première prise de position forment autant de recherches dans cet au-delà de la pragmatique, l'autrement de la communication, ses échecs et ses non-dits, voire ses démêlés avec la mauvaise foi, la volonté de puissance ou, si l'on veut, avec la volonté de volonté. Progressivement, on sent se détacher le positif comme attitude de bon goût communicationnel. La notion même de stratégie dans la communication (chap. I) nous montre l'impossibilité de fonder cette dernière sur la lutte entre hommes et donne à l'auteur l'occasion d'introduire dans sa réflexion la notion de jeu. Le deuxième chapitre, sur le temps, permet d'interroger la nature numérique du temporel et parler aussi de ses côtés musicaux, rythmiques, voire mélodiques. Le chapitre suivant (III) constitue l'introduction à une notion centrale traitée par Peirce lui-même, l'abduction; l'hypothèse scientifique d'avant la construction de la donnée, l'intuition bergsonienne, l'étonnement socratique, sont autant d'aspects de l'abduction. Dans le quatrième chapitre l'auteur s'efforce de montrer la part du raisonnable qui existe à l'intérieur de toute passion, une vieille et précieuse idée philosophique, d'où l'on peut conclure que le sens commun, en tant que passion, *pathema*, est la chose la mieux partagée au monde. On enchaîne (cinquième chapitre) sur la question du sublime, de sa séduction, et du mauvais enthousiasme qu'il soulève, par opposition aux menues catégories esthétiques, comme l'élégance, avec sa justesse et sa mesure. Le chapitre suivant (sixième) est centré sur l'attitude du bon goût. H. Parret réaffirme son affiliation au Kant de la *Critique de la faculté de juger*, au Kant de *Mitmenscheit*, de l'être-avec-les autres, contre une philosophie solipsiste de l'évidence (Husserl), qui, selon lui, ne peut légitimer un discours axiologique. La certitude du sens commun (Moore) formulée en jeux du langage (dernier Wittgenstein) peut mieux légitimer le dit sens commun qui est un sentiment de *Mitmenscheit* et qui précède le sentiment de valeur. D'où on peut conclure qu'en effet l'esthétique (au sens toujours de *aisthesis*) précède l'éthique. Finalement, dans le dernier chapitre (septième) l'auteur essaie de consolider le passage sémantique du sens commun au sens de communauté, au sentiment d'être-avec-les autres, de fournir les fondements d'une communication par l'*aisthesis* et de proposer une éthique de la communication basée sur son esthétique. Il ne s'agit pas, comme l'auteur le souligne lui-même, d'une esthétisation de l'éthique, à la manière du dandysme. Cette esthétisation n'aurait d'ailleurs nul besoin de fondation et ne concernerait pas une communication complète, ouverte à l'hétérogène. Ce travail de fondation, si fréquent à l'épistémologie, manque à l'éthique, à l'esthétique aussi. La communication par l'affect, un affect réflexif bien sûr, assure, en principe, une éthique de la communication tant du point de vue gnoséologique que de celui de la pragmatique.

On comprend bien que les intentions de l'auteur, son souci de fondation, le distinguent des courants critique, déconstructiviste et méta-philosophique. Sa position phénoménologique au sens large, humaniste dans ses visées éthiques, faite de sentiments nobles et d'intentions démocratiques, sait bien comment faire travailler le nouveau et sauvegarder le précieux de l'ancien. Que la communication par l'affect réflexif soit à la base de l'entente intracommunautaire est chose entendue mais ne donne pas lieu à moins de controverses. Comment est-elle possible de façon, osons le mot, universelle? Le livre avance trois propositions, trois espaces de réalisation: le social, le corporel, le politique, où le sensible corporel joue un rôle intermédiaire et permet la communication entre le social et le politique, ce dernier constituant le dynamisme propre au sens commun. En tout état de cause, la pragmatique réformée que l'auteur propose devrait sauvegarder autant l'abstrait, la communication, que le concret, l'affect.

G. ARABATZIS