

Ding hat Geist

# Vie et destins du cochon d'Inde

Alain Perusset

Dire que le cochon d'Inde est un petit rongeur originaire des Andes n'a en soi pas grand intérêt pour la sémiotique, qui s'intéresse prioritairement à la façon dont le monde fait sens pour nous, les humains<sup>1</sup>. En revanche, se demander à quoi il nous sert en a beaucoup plus. Dans cet ordre d'idées, le sémioticien commencera par tout mettre à plat, en considérant une seule chose comme certaine : que le cochon d'Inde, avant d'être un animal, est d'abord un *actant*.

Le mot *actant*, en l'occurrence, vaut pour qualifier tout ce qui a un corps et qui peut donc avoir une influence sur le cours d'un événement. Ce mot permet surtout de ne pas préjuger de la valeur, de la nature ou de la taille de la réalité considérée. C'est dire qu'un actant peut aussi bien être un organisme, un objet, un vêtement qu'une architecture, une formation géologique ou un corps céleste. Enfin, par son action sur le monde, l'actant se caractérise toujours par une fonction (un sens) qui peut varier selon les circonstances et les points de vue.

Ainsi, la sémiotique postule que le sens n'est ni à découvrir ni à déchiffrer, mais qu'il se construit *dans* la relation *entre* le monde et la personne qui en fait l'expérience. Aussi, pour questionner sémiotiquement le cochon d'Inde, faut-il plus exactement se demander pour qui ou quoi celui-ci a du sens.

## Le sens à distance

Pour le biologiste, nul doute que le sens du cochon d'Inde à l'état sauvage est de maintenir l'équilibre de son écosystème en participant à la chaîne alimentaire, soit, plus crûment, en servant de nourriture aux rapaces et aux renards pour qu'ils puissent à leur tour remplir leurs fonctions dans la biosphère. De ce point de vue, ces petits rongeurs, dans la nature, nous rendent indirectement et involontairement service ; ils concourent, à leur humble niveau, par leur sacrifice, à réguler la biodiversité dont nous profitons tous. Ils seraient à ce titre, pour nous, des *prestataires*.

Tout à l'inverse, lorsqu'on ne laisse plus la nature faire son travail, mais qu'on assume la prise en charge du destin des cochons d'Inde, comme avec leur domestication, c'est un autre rôle qu'ils en viennent à tenir, celui de *prestations* : des actants réifiés avec lesquels on n'interagit guère davantage, mais qu'on gère désormais institutionnellement, ainsi que le font les parents qui acquièrent ces petits rongeurs pour éviter que leurs enfants ne s'ennuient trop à la maison.

## Le sens au contact

Il va sans dire que notre relation aux cochons d'Inde n'est pas qu'indirecte et que, de même, leur sens n'est pas qu'un constat. En fait, le sens est d'abord un processus qui s'ébauche et se renouvelle au contact, dans l'expérience sensible. Ainsi, pour un enfant, ce petit animal peut s'avérer être beaucoup plus qu'un passe-temps. Par l'affinité de leur relation, par l'*ajustement* de chacun d'eux aux mouvements et réactions de l'autre, ce sont des infinités de sens qui peuvent émerger. Dans de telles circonstances, le cochon d'Inde devient alors l'égal d'un *partenaire*, qui inspire par sa douceur et qui, dans cette perspective, peut parvenir à consoler des peines enfantines, de même que – pour quoi pas – susciter des vocations vétérinaires.

Enfin, loin de cette relation d'accomplissement réciproque, l'interaction avec le cochon d'Inde peut aussi tenir du rapport de force, visant à atteindre des fins bien déterminées. C'est le cas lorsqu'on le sort de son sommeil pour qu'il joue avec nous ; ou lorsqu'on lui tord le cou pour l'assommer, comme cela se fait encore souvent dans les Andes pour pouvoir ensuite le cuisiner.

Bref, sous ce régime de la *manipulation*, à l'inverse du précédent<sup>2</sup>, on voit que le sens ne survient plus par lui-même, mais qu'il est dirigé, précisément manipulé. Par suite, le cochon d'Inde, bien malgré lui, ne peut faire autrement qu'en venir à assumer le rôle peu enviable de *produit* : produit de divertissement (comme jouet), produit alimentaire (comme denrée).

---

1 La sémiotique étudie la façon dont nous donnons sens à nos expériences et à ce qui y concourt. Elle s'intéresse donc à tout ce qui est signifiant ou ce à quoi on prête du sens, de même qu'à ce dont on questionne le sens (l'insensé) ou, à l'inverse, ce dont on a oublié le sens (l'insignifiant).

---

2 Pour une présentation de ces régimes d'interaction, cf. Landowski, Eric (2005) : Les interactions risquées, Limoges, Pulim.



Un autre sens : être modèle pour des photos touristiques rémunérées (régime de la manipulation)

## Des sens qui font système

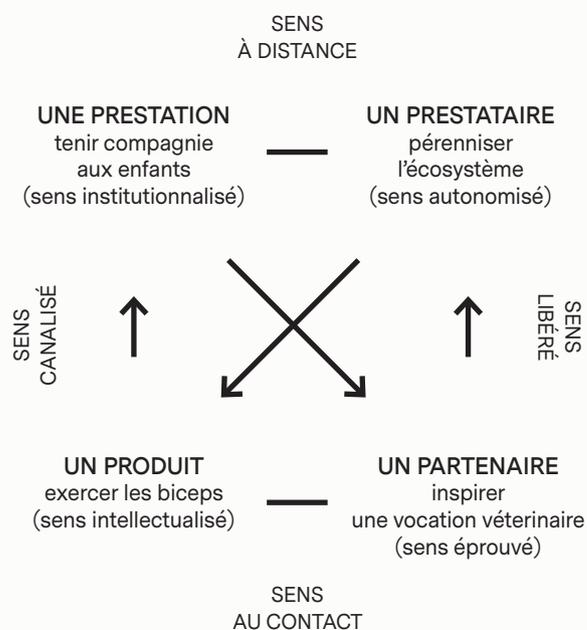
Nous n'avons ici évoqué superficiellement que quelques sens du cochon d'Inde. Nous aurions aussi pu nous arrêter sur son usage en laboratoire (comme *cobaye* justement !). Mais, l'important finalement est de garder à l'esprit que le cochon d'Inde, comme n'importe quel actant, peut révéler une infinité de sens, dans les limites toutefois de ce que ses propriétés matérielles et dynamiques lui autorisent. Ainsi, on pourra envisager – même si on ne le conseillera pas – de recourir à un cochon d'Inde pour entraîner ses biceps (parce qu'il peut être pris en main et qu'il a le même poids qu'un petit haltère), mais on oubliera l'idée de s'en servir comme d'une table basse (parce qu'un cochon d'Inde – vivant – n'est ni plan ni stationnaire).

Enfin, pour ordonner toutes ces propositions, on pourra compter sur des modèles *ad hoc*. En l'occurrence, le modèle du « carré sémiotique » montre que tous les sens possibles et imaginables rattachables au cochon d'Inde pourront toujours être rapportés à l'une des quatre catégories générales que nous avons mises au jour dans cette rubrique. C'est-à-dire que, selon la logique structurale de la sémiotique, le cochon d'Inde aura toujours au moins valeur de *prestataire*, de *prestation*, de *partenaire* ou de *produit*<sup>3</sup>.

•

*Dans cette rubrique des spécialistes des sciences humaines ou sociales font d'une chose du quotidien l'objet de leurs réflexions. Dans ce numéro, il est question du « cochon d'Inde ».*

3 Pour une présentation synthétique et accessible du modèle du carré sémiotique et des relations qui le composent, cf. Floch, Jean-Marie (1990) : *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, PUF.



Le carré sémiotique des valeurs du « cochon d'Inde »

### L'auteur

Sémioticien, docteur en sciences sociales et sciences de la communication, Alain Perusset a été maître d'enseignement et de recherche à l'Université de Lausanne. Il est actuellement engagé pour conduire des recherches sur la sémiotique des marques et de la consommation à l'Université de Warwick au Royaume-Uni.

