

Table des matières

Introduction	7
Gabriel MAHÉO	
Ouverture :	
Phénoménologie et anthropologie philosophique chez Max Scheler	13
Olivier AGARD	
L'intérêt pour la vie et son rôle dans le passage de Scheler à la phénoménologie	15
La théorie de l'environnement	17
La typologie des savoirs	19
La critique de l'activisme	22
Une anthropologie de la philosophie : « <i>Zur Idee des Menschen</i> »	24
<i>Erkenntnis und Arbeit</i> et <i>Stellung des Menschen</i>	26
Conclusion : le tournant panenthéiste	28

Première partie Éthique

Chapitre I – Le personnalisme	33
Personne commune et coresponsabilité selon Scheler	35
Emmanuel HOUSSET	
Husserl et la personne sociale	37
Imputabilité et responsabilité	44
Personne singulière et personne commune	46
Masse, communauté de vie et société	50
Être membres les uns des autres	54
La personne et l'impersonnel : une confrontation entre la pensée phénoménologique de Max Scheler et de Martin Heidegger	61
Alexandre FRANCO DE SÁ	

Chapitre II – Le problème des valeurs	73
L'objectivité selon Max Scheler	75
Théodora DOMENECH	
L'Alliance entre l'affectif et l'objectif	77
Contre le privilège de la raison	77
Des objets de connaissance à l'objectivité	79
La force vitale comme critère d'objectivité	81
L'ambivalence de l'objectivité face à la personne spirituelle	82
De la force vitale à l'amour spirituel	83
Un personnalisme	86
Amour et objectivités	88
Conclusion	89
Le phénomène de la valeur, le discours de la norme et la communauté des hommes	91
Jérôme PORÉE	
Le phénomène de la valeur	92
Le phénomène de la valeur et le discours de la norme	99
Valeurs, normes et formes de la sympathie	103

Deuxième partie Phénoménologie

Chapitre I – L'affectivité	115
La perception des valeurs selon Husserl et Scheler	117
Samuel LE QUITTE	
Introduction	117
Perception simple et perception de valeur chez Husserl : principes et critiques	119
Ce qu'est la perception et ce que doit être la perception de valeur	119
L'insuffisance de la phénoménologie transcendantale	121
De Husserl à Scheler	125
Sensation, sensibilité et perception de valeur	125
Valeurs ou propriétés de valeur?	126
Scheler et la saisie des qualités de valeur	126
La remise en cause du primat de la représentation	128
Que perçoit le « <i>Fühlen</i> »?	131
Retour à Husserl?	135
Le champ axiologique	138
La visée axiologique et l'analogie entre valeur et vérité	139
Le libre jeu de l'amour et de la raison	143
Gabriel MAHÉO	
L'antinomie de l'amour	147
Le phénomène du beau	150
Le désintéressement	154
L'imagination	156

La finalité	157
L'exigence de réciprocité	158
Le sens de l'intentionnalité de l'amour	159
Conclusion	164
Chapitre II – L'intersubjectivité	167
<i>Nature et Formes de la sympathie : une lecture existentielle</i>	169
Patrick LANG	
Rencontre et réciprocité chez Buber	170
La communication existentielle chez Jaspers	173
Implications de l'authenticité de la sympathie et de l'amour selon Scheler	174
Y voir plus clair en soi-même	175
La primauté de l'autre dans l'expérience émotionnelle	179
Le tableau idéalement normatif de l' <i>ordo amoris</i>	183
L'amour comme mouvement découvrant des valeurs supérieures	185
Le concept de personne spirituelle et ses conséquences	186
Conclusion	189
Nature et formes de l'intersubjectivité.	
La phénoménologie alternative de Scheler	191
Matthias SCHLOSSBERGER	
Les formes de sympathie et leurs rapports aux sentiments	194
Que faisons-nous lorsque nous comprenons autrui?	199
L'expérience d'autrui	201
La constitution intersubjective de Moi.	
Fonder la sociologie phénoménologique à partir de Max Scheler	207
Bruno FRÈRE	
Introduction	207
L'intersubjectivité chez Husserl : une ouverture à autrui et au social?	209
Empathie, analogie et appréhension : le retour au solipsisme	212
Au-delà du Je objet : autrui plutôt qu' <i>ego</i>	216
L'appréhension du Je dans la sympathie d'autrui	219
<i>Alii sunt ergo sum</i>	222
Conclusion	224
Conclusion :	
Topique et métaphysique dans l'acosmie : Max Scheler,	
Helmuth Plessner et la genèse de l'Anthropologie Philosophique	229
Alexis DIRAKIS et Aldo HAESLER	
Les auteurs	247
Bibliographie	251
Index nominum	257