

SUJET 1

Toutes les œuvres d'art se valent-elles ?

Le vingtième siècle et *a fortiori* l'aube du vingt et unième siècle nous abreuvent d'un nombre sans cesse grandissant d'œuvres d'art. Cette ouverture s'est faite par un nouveau regard que l'on a développé, permis par l'art contemporain mais aussi par de nouvelles techniques mises au service de la création. N'a-t-on pas vécu alors un glissement de sens donné au terme « œuvre d'art » ? N'y a-t-il pas acquis parfois des acceptions hasardeuses et contestables ?

Se valent-elles, se valoir, être équivalent, donner un sens de réciprocité. Le marché de l'art nous amène à penser à la valeur financière d'une œuvre. Telle peinture de X. vaut-elle plus que telle autre d'un peintre moins côté ? Financièrement, certainement puisse que nous raisonnons en terme de marché. L'art est assujéti depuis le dix-neuvième siècle aux règles d'un marché que l'on confond maintenant bien volontiers avec celui du luxe. Un marché ou plutôt deux, un premier marché, celui des artistes et des galeries qui proposent des peintures, des sculptures ou d'autres pièces, et un second marché, celui des ventes, des reventes, des échanges animé par des salles de vente aux enchères comme par des professionnels ou certains collectionneurs ou spéculateurs. Ce marché devenu mondial depuis le retour de la Chine sur les marchés internationaux, permet à certain de s'offrir à bon compte une façade culturelle respectable, donne à d'autres la possibilité de spéculer comme à la bourse, avec des possibilités de rentabilité à hauteur de six à sept pour cent. Le peintre Sino-français Yan-Pei-Ming ne disait-il pas en 2008 que « les acheteurs n'y sont intéressés que par l'argent, rare d'y rencontrer un collectionneur ». Cependant ils existent, ils sont rares, François Pinault à Venise, Claude Berry à Paris ou Arthur de Garay à Berlin... qui, à l'inverse des spéculateurs, ouvrent leurs collections au grand public lors de grandes expositions ou dans les fondations qu'ils créent, parce qu'elles s'affranchissent de toutes logiques économiques. Doit-on alors maintenant entendre Hannah Arendt qui dit des œuvres d'art qu'elles se distinguent de tous les objets fabriqués par l'homme. L'œuvre d'art n'est pas un produit de consommation, mais doit être contemplée, dénuée de toutes considérations matérielles, purifiée, sacrée, durable.

Se valent-elles, se valoir, être équivalent, être plus ou moins digne d'estime, affirmer que l'une est plus belle, plus esthétique que... Être dans le jugement esthétique – du grec *aisthesis*: la sensation – c'est être dans un jugement subjectif qui ne peut s'appuyer sur aucune logique puisque dénué de savoir ou de connaissance; on peut trouver une œuvre belle, en dire « ça me plaît », c'est un jugement esthétique, indiscutable et sincère, en l'attribuant à tort à un artiste, ce qui n'est qu'un manque de connaissance.

D'origine purement personnelle, les jugements esthétiques ont comme le dit Kant dans la Critique du jugement, « un principe déterminant qui ne peut être que subjectif ». Il faut admettre que les appréciations sont variées, qu'il ne peut être question qu'un goût unique existe, d'être obligé d'apprécier comme l'autre telle œuvre d'art. Il est essentiel de penser que le goût est libre et qu'il ne peut exister de science du juge-

ment esthétique : elle devrait alors démontrer que le beau est beau..., impossible, puisque ce jugement prend naissance naît de nos sensations.

Malgré tous les efforts qu'il pourra déployer, la connaissance qu'il pourra étaler, les chemins de réflexion qu'il empruntera, le critique ne pourra faire ressentir par quiconque une œuvre qu'il rejette.

Faut-il à ce stade se refuser à la discussion ?

« Les goûts et les couleurs ne se discutent pas ! »

Pourquoi ne pas défendre son point de vue, qu'il soit positif ou négatif à l'égard d'une œuvre...

Y a-t-il un bon goût, y a-t-il un mauvais goût ?

Le beau est-il question de goût – aptitude à discerner ce qui plaît, à juger de ses qualités ou de ses défauts dit le dictionnaire.

Chacun vient alors avec ses préjugés, son savoir, le goût de son milieu socio-culturel, de l'époque dans laquelle il vit.

Certes il y a une différence entre une œuvre agréable d'un petit maître, un chef d'œuvre incontournable et une tentative de celui qui pratique l'art comme un loisir... une différence de lecture d'une œuvre, qu'elle émane d'un critique, d'un amateur éclairé ou d'un quidam qui n'y connaît rien...mais qui pourra se prévaloir d'émettre des jugements définitifs sur des œuvres d'art.

SUJET 2

Le design : une histoire d'art ou d'industrie ?

Depuis la fin des années soixante, la société dans laquelle nous vivons n'a jamais autant consommé. Les trente glorieuses nous ont emmené dans une spirale infernale qui nous a mis dans une situation de dépendance effrénée à la propriété, perdant de vue l'essentiel pour le superflu, encombrant notre quotidien d'objets souvent inutiles répondant à des besoins factices, à des lois de marché de plus en plus contraignantes et drastiques allant jusqu'à programmer même la longévité de nos acquisitions.

En sommes-nous à être parce que nous possédons ? N'existons-nous que parce que nous possédons le dernier téléphone le plus performant, le dernier objet tendance ? Faut-il être tendance pour être reconnu ? Certains l'affirment, s'empresant d'ajouter que c'est tellement design...

Comme si le design était un style, un mode de vie, une façon d'être, un monde fait d'originalité à tous prix, d'extravagance ou d'excentricité.

Le design, le dessin à dessein. Une formule qu'aiment utiliser les designers pour définir leur activité.

Le dessin, art de tracer des lignes disent sûrement les dictionnaires, dans un champ esthétique afin de représenter le réel ou mieux projeter, suggérer, anticiper, proposer ce qui sera.

Le dessein nous entraîne vers un futur, vers cette intention bien précise que l'on s'est fixée. Le dessein nous amène à projeter.

Le designer va déployer son savoir-faire, son art pour proposer sa vision du futur, pour les consommateurs mais aussi pour les industriels. Au travers des objets, des lieux et des images qu'il va concevoir, il va envisager de nouveaux modes de vie en recherchant la meilleure qualité, les meilleurs process de fabrication, les meilleures qualités de service des produits.

Avant de s'engager dans le processus créatif, le designer va utiliser un certain nombre de techniques qui vont favoriser sa connaissance des tenants et des aboutissants de la demande.

Les sciences humaines, l'étude du marché, sa connaissance de l'entreprise commanditaire, son savoir technique, son approche de l'esthétique vont lui permettre de projeter et de mettre en œuvre son savoir-faire.

Dessiner, prototyper, échanger avec des artisans ou des techniciens et metteurs au point du nouveau produit met le designer dans la situation des artistes d'autrefois, ceux qui créèrent les meubles qui jalonnent l'histoire de l'art comme Boulle, Guimard (concepteur aussi des stations de métro) ou plus tard Leleu, des orfèvres comme Fabergé ou Odier mais aussi Christofle. Peut-on dire alors que le designer à ce stade de la création devient un artiste ?

Le design porte en lui la notion de multiples, de grande diffusion. Pourtant certains comme Ron Arad n'hésitent pas à créer des pièces rares, des meubles dont la réalisation ne peut être qu'artisanale, limitée de fait et destinée qu'à une élite. Ce mode de création ne peut-il être compris comme artistique ? Le designer a mis son art au service d'un objet fonctionnel, mais dans lequel, telle l'œuvre d'art, l'esthétique et la rareté ont été des critères essentiels de création.

Mais à quoi reconnaît-on qu'un objet, un lieu ou une image peut se prévaloir d'une appartenance au design ? Au fait qu'il répond parfaitement à la fonction à laquelle il a été destiné ? Au fait qu'il a été adoubé par ses pairs dans un ouvrage dit de design ?

Qu'il est distribué par telle ou telle enseigne suédoise ou non ? Qu'il est techniquement innovant ? Qu'il fait partie d'une exposition dans un musée ?

L'objet design recherche-t-il cette consécration ? Le musée rend-il le design œuvre d'art ? Devenirait-il ainsi une manifestation artistique témoin de son époque. Certainement, mais son côté protéiforme en fait difficilement un style.

Oublions à ce moment-là de dire « c'est design ! ».

Le design comme on vient de le voir est certainement un art, mais il n'est pas que cela, il est aussi une manifestation essentielle de l'essor industriel qui marque par son histoire et son développement l'histoire de la deuxième partie du vingtième siècle mais aussi l'aube du vingt et unième.