ART et ECONOMIE

dans

la société industrielle capitaliste

Raymonde Moulin

Au regard de l'analyse phénoménologique, il existe une hétérogénéité radicale entre deux univers de valeurs réputées comme incompatibles, celui de l'économie et celui de l'art, celui du rendement et celui de la gratuité, celui du prix et celui du "sans prix". Cette distinction phénoménologique, les acteurs intervenant dans le champ artistique la font toujours ; même s'ils parlent volontiers en privé le langage de l'argent à propos de l'art, ils sont troublés et scandalisés par un projet sociologique qui se donne pour but l'étude de l'oeuvre d'art en tant que bien économique et l'analyse des relations entre valeurs esthétiques et valeurs monétaires, relations qui ont toujours existé dans la réalité sociale. A toutes les époques et dans toutes les sociétés, les biens culturels ont été dépositaires de la valeur que leur reconnaissait le groupe posant les valeurs pour l'ensemble social et ce qui était considéré par ce groupe comme atteignant la qualité la plus haute se trouvait au niveau le plus élevé de la valorisation économique.

L'analyse du rapport entre l'art et l'économie dans notre société passe par le détour de la définition sociologique de ce qui est art dans notre société et de ce qui ne l'est pas. Le concept de science moderne s'appliquerait difficilement à toutes les formes de connaissance de toutes les sociétés. Le concept d'art est, comme celui de science, un concept historique et il n'est pas démontré que les phénomènes qu'on peut appeler artistiques ou esthétiques dans les différentes civilisations soient les mêmes. Certes, on peut formuler philosophiquement le concept d'art de manière telle qu'il devienne un concept universel, mais la position relativiste (qui laisse d'ailleurs libre la décision

philosophique) est un postulat de méthode de la sociologie. Ce qui intéresse le sociologue ce n'est pas la catégorie transhistorique mais ce sont les définitions historiques changeantes.

La définition que notre société donne de l'art et de l'artiste est le fruit d'un processus de différenciation des activités humaines dont on pourrait situer l'origine à la Renaissance. C'est d'abort en Italie, dès la fin du XVème siècle, que les activités du peintre, du sculpteur et de l'architecte, considérées comme radicalement distinctes des métiers manuels, ont accédé à la dignité d'arts "libéraux". L'artiste n'est plus un artisan, mais un créateur, une sorte d'alter deus sous-trait aux normes communes ; la représentation charismatique de l'artiste se conjugue avec une image aristocratique de l'oeuvre d'art, unique et irremplaçable. Nous sommes là au point de départ des idées modernes sur le créateur et l'objet de création. (1)

La seconde étape coïncide avec la première révolution industrielle (2). Depuis la révolution industrielle du XVIII ème siècle et jusqu'à nos jours, le produit artistique a tendu à se définir par opposition au produit industriel. C'est en s'attribuant le monopole de la différence essentielle (par opposition à la similitude des objets issus des séries industrielles), c'est-à-dire en se tenant en dehors de l'industrialisme, que les artistes, au XIXème siècle et dans la première moitié du XXème siècle, ont poursuivi leur longue marche vers l'autonomisation des valeurs esthétiques. En même temps, ils sauvegardaient, par le maintien de la rareté, la possibilité de valorisa-

...

---

(1) Cf. André Chastel ; Art et Humanisme à Florence au temps de Laurent Le Magnifique, étude sur la Renaissance et l'Humanisme platonicien. Paris, Presses Universitaires de France, 1959 et du même auteur, Marsile Ficin et l'art, Genève, Librairie E. Droz, et Lille, Librairie R. Giard, 1954

(2) Cf Raymond Williams, Culture and Society 1780-1950, Harmondsworth, Penguin Books, 3ème éd., 1963 ...

tion économique des biens symboliques dont ils étaient les producteurs spécifiques. Ayant victorieusement défendu l'oeuvre unique contre la production en série, la gratuité contre l'utilité, les artistes ne s'en sont pas moins retrouvé soumis à partir des années 1870, à un système d'organisation de la vie artistique dont le principe fondamental était d'ordre économique. Au moment où l'art rejetait l'industrialisme et utilitarisme, où les artistes s'offraient l'illusion de n'obéir qu'aux valeurs esthétiques, c'était le marché qui s'instituait en système d'organisation de la vie artistique. Certes, dans toutes les sociétés marchandes, l'oeuvre d'art a possédé une existence en tant que marchandise. La spéculation sur l'œuvre faite a existé dans toutes les sociétés où la création artistique et la clientèle de l'art se sont individualisées, où l'art ne répondant plus, comme dans les sociétés primitives, à un besoin de groupe dans son ensemble est devenue la propriété d'une minorité. Il n'empêche que l'influence exercée par le négoce de l'art sur la condition de l'artiste, sur le rapport qui s'établit entre le créateur et l'œuvre et, par là, sur l'œuvre elle-même, se fait plus contraignante au fur et à mesure que disparaissent les instances extérieures de légitimation, la dernière en date étant le Salon officiel dont l'autorité absolutiste a été abolie le 11 juin 1884, avec la légalisation de la Société des Indépendants. Dès le XVIIè siècle, l'interdiction faite aux académiciens de tenir boutique avait valorisé la fonction dévolue aux marchands de tableaux. Les bouleversements sociaux qui ont, au XVIIIè siècle, entraîné des changements dans la distribution des fortunes et provoqué un fort mouvement de transactions d'œuvres d'art ont eu des conséquences identiques. Aux agents privés des collectionneurs succédèrent petits et grands marchands qui ne

vendaient pas seulement des oeuvres anciennes, mais aussi des tableaux de leurs contemporains (1). Il est significatif que, si la légende fait mourir le Vinci dans les bras du roi de France, l'histoire a voulu que Watteau se soit éteint dans les bras du marchand Gersaint. Mais c'est au XIXè siècle seulement que s'opère une mutation décisive dans la fonction exercée par le marchand de tableaux : au négociant de type traditionnel, marchand de tout et faiseur de rien (2), se substitue l'entrepreneur schumpeterien. Innovateur, bailleur de fonds, organisateur, preneur de risques, le marchand devient l'agent dynamique du marché en ne vendant pas un art demandé, mais en suscitant une demande pour un art refusé - et comment n'aurait-il pas été refusé puisqu'il n'était pas fait pour plaire ? L'introduction, dans la pratique commerciale, du contrat de monopole assurant à un marchand de tableaux l'exclusivité de la distribution de l'œuvre d'un artiste est contemporaine de l'impressionisme. Pour parler le langage marxiste, c'est à ce moment-là que le procès de circulation se transforme en procès de production et que l'artiste improductif devient un travailleur productif. Les exigences du calcul économique rationnel imposaient au marchand qui prenait le risque d'investir pour faire connaître, reconnaître et payer une œuvre, de s'assurer l'exclusivité de sa diffusion. Il n'empêche que cette exigence a été très tôt perçue par les artistes comme

---

(1) cf. Francis HASKELL, Patrons and Painters, A Study in the Relations between Italian Art and Society in the Age of Baroque, Oxford, The University Press, 1963

(2)cf. La définition du "mercier", vendeur de joaillerie et d'objets d'art, dans la Grande Encyclopédie.

une forme de dépossession (1) ou d'exploitation (2). Encore que, juridiquement, les sommes versées par le marchand à l'artiste ne soient pas assimilables à un salaire (le peintre n'est pas subordonné en droit au marchand qui ne peut décider ni du sujet ni du format du tableau, ni

---

(1) Claude Monet écrivait le 6 mars 1883 à son marchand Paul Durand-Ruel : "Je suis effrayé de la quantité de toiles que vous avez de moi". Lionello Venturi, les Archives de l'impressionnisme, Durand-Ruel éd., Paris, New-York, 1939, vol. I, p. 52. Et, le 24 janvier 1903, Camille Pissarro écrivait à son fils Lucien : "Durand-Ruel et Bernheim m'ayant refusé de prendre mes tableaux au prix que je leur proposais, et ayant eu la visite d'un nouveau marchand qui me demandait à acheter, j'ai donc saisi l'occasion et vendu en bloc pour une bonne somme. Ce qui m'a surtout décidé, c'est l'occasion qui se présentait de sortir des mains de Durand, qui non seulement m'imposait un monopole à son profit, mais encore m'imposait ses prix en prenant comme prétexte que mes oeuvres ne pouvaient se vendre". Camille Pissarro, Lettres à son fils Lucien, Albin Michel, Paris, 1950, p. 498.

(2) Même si, sur le moyen ou sur le long terme, une solidarité d'intérêts existe entre le marchand et l'artiste, la stratégie de l'offre et du prix inspirée à court terme par l'intérêt du distributeur n'est pas nécessairement en accord avec celle que pourrait inspirer l'intérêt de l'artiste. La réponse adressée le 2 décembre 1918 à Pablo Picasso par le marchand Léonce ROSENBERG donne une idée assez claire du sentiment d'exploitation éprouvée par ce dernier : "En faisant allusion aux rapports d'artistes et de marchands, vous parliez de la lutte de classe. Il y a lutte de classe entre mauvais ouvriers et mauvais patrons, mais pour des gens qui ont le moral élevé, il n'y aura jamais lutte mais toujours conciliation. Le marchand, dites-vous, voilà l'ennemi. Oui, pour les artistes dont l'orgueil et l'ambition dépassent la mesure. En tout cas, c'est un ennemi qui dans le passé a souvent sauvé de l'oubli et de la misère... beaucoup d'artistes... et çà se sont des choses, m'avez-vous dit vous-même, qu'on ne pardonne jamais". Lettre citée par Maurice RHEIMS, la Vie étrange des objets, Plon, Paris, 1959, p. 237.

du rythme de production; qui ne peut ni imposer un lieu de travail ni surveiller l'accomplissement de ce travail), il n'est guère contestable que le contrat de monopole accentue la dépendance de l'artiste à l'égard du marchand et des mécanismes du marché. A partir du moment où le marchand intervient, non plus postérieurement à l'appropriation du tableau par la personne se trouvant à l'origine de la commande, ni même au moment où le créateur se dessaisit de sa création, mais en fournissant à l'artiste les moyens financiers de réaliser son projet (1), l'emprise économique revêt sa forme capitaliste. C'est au niveau de l'oeuvre faite que se situe l'action du négociant de type traditionnel, c'est au niveau de l'oeuvre à faire que se situe celle de l'entrepreneur innovateur. Ce n'est pas seulement le produit qui entre dans un circuit économique d'offre et de demande, mais le producteur, dont les moyens matériels de produire dépendent de sa capacité d'insertion dans un marché. Et l'originalité du phénomène de marché, ce n'est pas que l'oeuvre d'art obtienne un prix dans le sens monétaire du terme, c'est que toutes les oeuvres d'art passent par le marché et que la relation directe entre le producteur et le consommateur soit, la plupart du temps, interrompue.

Insérés dans la société capitaliste et aux prises avec une commercialisation grandissante de l'art, artistes, marchands,

---

(1) "Le noeud de l'affaire, vois-tu, c'est que mes possibilités de travail dépendent de la vente de mes oeuvres ... Ne pas vendre, quand on n'a pas de ressources, vous met dans l'impossibilité de faire aucun progrès, tandis que cela irait tout seul dans le cas contraire". Vincent van Gogh, Lettres à son frère Théo, Gallimard, Paris, 1956, p. 271).

amateurs d'art ~~vont~~ tentent de se dissimuler et de dissimuler à autrui la logique économique qui sous-tend leurs attitudes et leurs comportements - au moins quand ils agissent en tant qu'acteurs économiques intégrés à un marché. Le terme visé par eux, idéalement, étant l'autonomisation de l'art, et la réalité leur démontrant que, dans notre société, la gratuité n'est pas sans prix et que, en dernière analyse, elle n'est jamais gratuite, les acteurs intervenant dans le système de production et de consommation de l'art ~~vont~~ développent de plus en plus une ~~idéologie~~ idéologie compensatrice. Si l'idéologie régnante est celle de l'unique, de l'irremplaçable, de l'irréductible, c'est qu'il faut justifier le fait que la valorisation économique n'est pas indépendante de la rareté. Si l'imagerie officielle pose l'art en absolu, glorifie les artistes, représente la relation de l'amateur à l'oeuvre comme amour pur et désintéressé, c'est pour masquer les combinaisons mercantiles dont l'art fait l'objet et les contraintes économiques auxquelles sont assujettis les artistes. Le fait que la contrainte majeure ait été, à la fin du XIXè siècle, celle de la mévente et, au cours du second après-guerre, celle du succès commercial, ne modifie pas les données du problème.

<

< >

Le statut acquis de l'oeuvre d'art se trouve mis en question par la majeure partie des recherches artistiques actuelles. Si les artistes contemporains apparaissent comme des expérimentateurs leur expérimentation, en effet, ne sont pas quelconques. Quelle que soit la diversité formelle des produits auxquels elles aboutissent, elles relèvent d'une commune stratégie, celle de l'anti-art. Les phalanges de pointe qui mènent aujourd'hui l'assaut contre l'oeuvre d'art, au sens hérité du terme, cherchent à l'atteindre dans son existence singulière. Les uns, parcourant les étapes d'un cheminement ascétique vers l'intention pure, nourrissent l'espérance, ou l'illusion, d'être des artistes sans oeuvres. Les autres, refusant la conception admise d'une relation antinomique entre l'art et l'industrie, font basculer l'objet artistique dans la catégorie des biens reproductibles. Ces deux tentations extrêmes, celle du "rien" et celle du multiple, constituent les deux formes majeures, encore qu'elles soient inverses et complémentaires, d'attentat à l'unique et au marché de l'unique.

Un premier constat s'impose d'évidence ; les artistes fascinés par le néant ont inutilement prêché contre les oeuvres. Les moins durables existent au moins en tant qu'éphémères spectacles et les plus vides ne sont pas dénuées d'une présence matérielle ; le "rien" est, dans l'ordre de l'anti-art comme dans celui de l'art, une passion vaine.

La réduction de l'oeuvre à l'intention de l'artiste rend le statut de l'oeuvre indissociable de celui de son auteur ; un "objet trouvé" qui n'est l'oeuvre de personne ou un objet utilitaire défonctionnalisé (1) ne peuvent être perçus comme relevant de l'univers de l'art que s'ils

---

(1) Aussi bien le "porte-bouteille" de Marcel Duchamp que les boites de bière de Jasper Johns ont perdu toute finalité extrinsèque, et cet abandon, cautionné par la signature de l'artiste, leur ouvre le chemin royal de la galerie, de la collection et du musée.

ont été élus par des artistes socialement reconnus comme tels. Les artistes sans oeuvres -au sens traditionnel du terme- qui pensent avoir atteint le degré maximal de la liberté créatrice, sont victimes de la même illusion que la colombe de Kant ; c'est à ce moment là, au contraire, que leur liberté est la plus fictive. Ils ne peuvent en effet exercer leur droit de définir un objet comme artistique que s'ils ont été au préalable définis eux-mêmes comme artistes par l'instance ultime de qualification que constitue le marché en tant que système d'organisation de la vie artistique.

Au moment où l'oeuvre d'art évolue vers le "rien" ou le "n'importe quoi", elle court le risque de perdre son unicité et, par là, sa capacité d'être économiquement valorisée. La récupération de l'unicité impose que le "n'importe quoi" ne soit pas le fait de n'importe qui. Au terme du subjectivisme, l'artiste détient encore le monopole de sa signature à laquelle il appartient au marché de donner (ou de refuser) une signification monétaire. En caricaturant à peine, on pourrait dire que si la fonction du marchand était hier de fabriquer une valeur commerciale à partir d'un objet investi d'une valeur esthétique par la communauté compétente, cette fonction consiste aujourd'hui à valoriser économiquement une signature. A partir du moment où l'artiste s'est fait un nom, son comportement est à chaque instant et quoi qu'il fasse la définition même de ce qu'est un véritable artiste. Le fétichisme de l'auteur a pris le relais du fétichisme de l'oeuvre ; c'est la signature qui est devenue marchandise.

La deuxième série d'expériences artistiques, liées à une nouvelle conception des rapports entre l'art et l'industrie, contribuent à instaurer un nouveau type de relations entre l'art et l'économie. Tout se passe, en effet, comme si une fraction des artistes contemporains cherchaient à jouer un des éléments de la société industrielle capi-

...

taliste contre l'autre, à savoir l'industrialisme, entendu au sens étroit du terme (matériaux, technique, production en série) contre l'économisme entendu au sens étroit des mécanismes du marché. Il ne s'agit plus seulement de faire appel à l'art pour conférer de la beauté à un objet industriel, mais de mettre en oeuvre les données de la science, les moyens de la technique et de l'industrie pour créer des oeuvres d'art. Comme l'avait prévu Walter Benjamin, "les techniques de reproduction ont atteint à un tel niveau qu'elles vont être en mesure désormais, non seulement de s'appliquer à toutes les oeuvres d'art du passé et d'en modifier, de façon très profonde, les modes d'influence, mais de s'imposer elles mêmes comme des formes originales d'art"(1). Il ne s'agit de rien moins que de faire basculer l'oeuvre d'art dans la catégorie des biens reproductibles. Tous les projets artistiques qui optent pour la série industrielle ont en commun de mettre en question le statut admis de l'oeuvre d'art. Leurs auteurs les perçoivent comme une occasion d'en finir avec l'oeuvre unique et avec toutes les significations dont elle est chargée en tant que telle. Rejeter le dogme de l'unicité c'est, en particulier, retirer à l'oeuvre d'art son statut économique privilégié et la dévaloriser en tant qu'objet de placement ou de spéculation. Force est bien de constater, cependant, que le passage de l'ordre du qualitativement irremplaçable et quantitativement limité, à l'ordre du qualitativement interchangeable et quantitativement illimité n'est pas accompli dans les faits. La chaine industrielle de montage s'est rarement substituée

;;;

(1) Walter Benjamin, Oeuvres choisies, traduction de M. de Gandillac, Paris, Julliard, 1959, p. 197.

au bricolage artisanal. La signature de l'artiste continue à authentifier le produit qui est le plus souvent présenté dans les galeries d'art ou les musées et dont la ~~communication~~ commercialisation est assurée, pour l'essentiel, par les spécialistes du marché de l'art. Faut-il voir là uniquement une des manifestations de la puissance récupératrice des structures exsitantes et de l'idéologie reçue ? Il est bien certain que le marché de l'art n'a plus à faire la preuve de sa capacité d'empêchement et de sa faculté assimilatrice. Son respect à l'égard de la législation récente sur les oeuvres originales (1) témoigne de sa méfiance envers l'envahissement du secteur artistique par des procédés mécaniques. La résistance du marché de l'art à la mise en question du statut économique de l'art qui fonde sa prospérité, ne permet pas d'esquiver un autre type d'interrogation. Qui pourrait aujourd'hui percevoir et acheter comme oeuvre d'art, un objet anonyme, de fabrication industrielle, produit en très grande série ? La valorisation économique de l'oeuvre repose, en dernière analyse sur une certaine définition sociale du bien symbolique et, de ce point de vue, il est significatif de constater que la condition minimale pour qu'un objet esthétique produit industriellement accède à l'univers de l'art est que, à l'instar des "objets trouvés" signés par Marcel

//...

(1) Les nouvelles modalités de création artistique qui font intervenir le procédé industriel sont officiellement rejetées dans le domaine de l'industrie. L'exonération de la taxe sur la valeur ajoutée n'est prévue que pour les oeuvres d'art originales remplissant les conditions définies par l'article premier du décret du 10 Juin 1967.

Duchamp, ils soient assumés par des artistes socialement reconnus comme tels. Cette constatation irritée de Vasarely ("Vous voyez le paradoxe, le double jeu, je ne suis connu, je ne peux exprimer mes idées que dans la mesure où je m'impose comme peintre traditionnel, selon des disciplines et dans un milieu qui ne m'intéresse pas" (1)) confirme le fait que les promoteurs de la réconciliation art-industrie ne sont tenus pour artistes qu'après avoir été décrétés comme tels par la communauté des spécialistes -connaisseurs et(ou) agents économiques qui "fabriquent" les artistes et détiennent le quasi-monopole de l'attribution du label artistique.

Faisons un instant l'hypothèse que les obstacles suscités par les milieux artistiques dominants puissent être surmontés, que la chaîne de montage, après avoir remplacé l'outil de l'artisan, prenne le relais de la main de l'artiste, que de nouveaux circuits de distribution, extérieurs au marché traditionnel, soient mis en place, en résulterait-il, autrement que dans les rationalisations utopiques des artistes, la rupture de toute relation entre l'art et l'économie ? Soustraire la production artistique au milieu clos des galeries ne suffit pas à affranchir le créateur des contraintes économiques -on pourrait même, en se référant à Marx, soutenir le contraire. La transformation du mode de production va dans le sens d'un assujettissement plus total de l'artiste, en tant que travailleur, aux détenteurs des

...

---

(1) Vasarely, "Déclaration". in Robho, N°1, juin 1967

moyens de production. Quand son activité était du type artisanal, il pouvait s'émanciper du marchand en étant producteur-vendeur. A partir du moment où son activité est de type industriel, sa dépendance est totale à l'égard des moyens techniques de réalisation (1)/ Si le créateur a besoin d'un éditeur capable d'acquérir des machines coûteuses et de financer une opération exigeant, sur le plan technique, des investissements élevés, ne se trouvera t-il pas libéré du marchand de tableaux, au sens traditionnel du terme, que pour dépendre plus étroitement encore d'un entrepreneur industriel ? La fin de la spéculation sur la rareté (spéculation à postériori, dont bénéficie l'acquéreur du tableau, marchand ou collectionneur, et non l'artiste) ne signifie pas la fin de la spéculation à priori, fondée sur l'innovation et qui sera le fait de l'"éditeur" industriel, entrepreneur schumpeterien.

Les plus prospectifs parmi les artistes de la tendance industrialiste, ceux qui, désirant mettre leur imagination esthétique au service de ce qu'il est convenu d'appeler l'environnement, éprouvant le besoin de dépasser le stade de la production en série, ont d'ores et déjà, signé des contrats avec les grandes firmes industrielles. C'est une nouvelle étude qui s'offre aujourd'hui au sociologue, celle d'un système de production de l'art, dans lequel la firme industrielle prendrait le relais du marchand de tableaux, dans lequel la société Philips, la société I. B. M., la Kaiser steel Corporation, les entreprises qui construisent les plus grands ordinateurs du monde ou qui

...

(1) Ce qui est vrai de l'artiste plasticien est vrai de l'architecte comme du "créateur" d'émissions télévisées - le rapport de chacun des deux à l'oeuvre et au consommateur étant médiatisé par le rapport au promoteur ou au producteur. On pourrait multiplier les exemples.

participent à la réalisation des programmes spaciaux assumeraient, en la réinterprétant, la fonction antérieurement remplie par Paul Durand-Bull, Ambroise Vollard ou Daniel-Henry Kahnweiler.

En ce qui nous concerne, et pour l'heure, nous nous limiterons à une constatation d'une grande banalité. Aptes à mettre en question l'idéologie régnante, les options artistiques industrialisantes ne sont pas capables de soustraire l'acte de création à toute influence des "faiseurs de goût" et à toute emprise de l'économie. Seule change, en fonction de la nature même de la recherche esthétique, la modalité de l'économisation.

La disparition de toute trace d'écriture personnelle n'exclut pas un rapport à l'art entaché de fétichisme - au sens dérivé du fétichisme primitif qui attribue un pouvoir magique à l'empreinte laissée par le geste créateur : le fétichisme de la signature subsiste. La substitution de l'abondance à la rareté n'exclut pas un rapport à l'art entaché de fétichisme en un deuxième sens, de résonance marxiste, à savoir le fétichisme de la marchandise. Si les illustres ou moins illustres fossoyeurs de l'art sont imperturbablement "récupérés" et décrétés artistes par les critiques, les marchands, les amateurs, le paradoxe n'est qu'apparent : en fait, les pourfendeurs de l'art ne transgressent pas les règles du jeu au-delà de certaines limites, celles qu'autorise la définition sociale de l'art, telle qu'elle résulte du processus historique de différenciation des domaines de la vie. Les artistes agissant en tant qu'acteurs économiques sont condamnés au monopole de la signature comme à la finalité sans fin. On pourra nous objecter que la conscience esthétique contemporaine, mettant entre parenthèses les fonctions symboliques ou réelles qu'assumaient les objets esthétiques dans le groupe où ils ont été fabriqués sans intention artistique avouée (aumoins au sens moderne du terme), fait accéder au domaine de l'art les objets qui relevaient de l'archéologie ou de l'ethnographie, les produits des arts "sauvages" comme des arts populaires, longtemps enfouis, dissimulés et frappés d'indignité. Si le marché se fait le complice ou le promoteur de cette fringale récupératrice, et quelque peu narcissique, sans se soucier, dans ce cas, de l'absence de signature, c'est que la rareté est assurée autrement, par la distance chronologique.

Il est un peu tard pour tenter de justifier auprès de nos auditeurs un manque (entre d'autres) auquel ils ne peuvent manquer d'avoir été sensibles. Cet exposé a mis entre parenthèses l'influence des facteurs économiques sur les formes esthétiques. Opposer la compréhension de l'oeuvre d'art par les facteurs extérieurs à la compréhension immanente relève évidemment d'une trop grande simplification et il est facile d'écarter simultanément le déterminisme et l'indépendance absolus. Ce qui serait la vraie question - et je pense qu'elle sera au centre du débat- c'est la suivante : jusqu'où va l'explication ou l'interprétation du contenu de telle ou telle forme de telle ou telle oeuvre d'art particulière, soit par les consommateurs, soit par les producteurs, soit par les médiateurs, considérés les uns et les autres dans leur spécification historique et socio-culturelle, soit par l'ensemble social. Il existe une sociologie de l'oeuvre d'art à partir de ceux qui les achètent, qui les consomment, qui les produisent, et ce n'est pas une question que l'on puisse déterminer dans l'abstrait de savoir jusqu'à quel point la sociologie est intéressante, c'est-à-dire ce qu'elle nous dit sur les oeuvres d'art qui mérite véritablement d'être considéré comme une révélation ou une explication en profondeur. C'est un vrai problème, mais c'est un problème que je n'ai pas traité.