

Symphilosophie

Revue internationale de philosophie romantique

Laurent Guyot, *Philosophies de la création artistique*, Presses Universitaires de Vincennes, 2022, 306 p., ISBN 9782379242267

Dans *Philosophies de la création artistique*, Laurent Guyot propose une théorie générale de l'art, qui considère des œuvres aussi bien préhistoriques que modernes, afin de montrer que l'art est une expérience du monde grâce à laquelle le sujet se retrouve lui-même. Le pluriel dans le titre indique que cette visée théorique sera déclinée en plusieurs perspectives. L'auteur étudie la nature de la création artistique (chap. 1), le statut ontologique de l'œuvre d'art (chap. 2), la signification du beau (chap. 3), la forme (chap. 4), le langage de la nature (chap. 5), l'intuition intellectuelle (chap. 6), la vocation politique de l'art (chap. 7), le rapport entre art et philosophie (chap. 8) et enfin la tension stylistique entre deux pôles de l'art (chap. 9). L'ambition de présenter une conception totalisante de l'art se nourrit des références philosophiques fondamentales dont se sert l'auteur, spécialiste de Fichte : la pensée esthétique allemande, goethéenne par exemple, et le postkantisme fichtéen, novalisien ou encore schillérien deviennent la toile de fond à partir de laquelle émerge un livre original, précisément en raison du recours à ces sources du passé. L'ouvrage, toutefois, ne se réduit pas à une simple histoire de la philosophie, qui exposerait docilement la théorie esthétique de Schiller ou la théorie de l'intuition intellectuelle de Fichte, même si certains chapitres sont moins personnels que d'autres. Inversement, il ne s'agit pas non plus de considérer des problèmes en philosophie de l'art indépendamment d'une théorie transcendantale, laquelle sert de fondement à l'ensemble de l'analyse. L'enjeu, au contraire, est de mettre en lumière l'actualité de ces pensées allemandes trop souvent reléguées au rang de thèses anciennes n'ayant d'intérêt que pour les historiens des idées. Une telle entreprise théorique paraît d'autant plus nécessaire que, paradoxalement, les conceptions communes de l'art sont le plus souvent des vagues reformulations des thèses « romantiques ». On dit, par exemple, que l'artiste exprime ses émotions ou encore qu'elle est une créatrice. Mais ces lieux communs peuvent-ils être justifiés ?

La thèse centrale est que l'art satisfait une double tendance dans le sujet, celle d'abord de « s'assimiler au monde », c'est-à-dire de « s'identifier à lui par projection » (p. 300), celle ensuite de « s'assimiler le monde » en

ramenant l'extérieur dans l'intérieur. Projet idéaliste par excellence, le travail artistique est conçu comme la production d'un analogue de la nature, un langage qui ne se contente pas de répéter ce que « dit » la nature, mais cherche à le dire à sa manière, pour comprendre la structure transcendantale qui sous-tend notre propre présence au monde. C'est pourquoi le chapitre sur le prolongement poétique de la philosophie de Fichte dans l'œuvre de Novalis éclaire l'ensemble du livre. « La poésie est en somme la clef de la philosophie, son but et sa signification », écrit Novalis, faisant de la poésie un « art total » (p. 269), capable de rendre actifs non seulement les organes de la pensée, mais aussi ceux des sens pour romantiser le monde. Laurent Guyot saisit cette clef pour explorer la manière dont les œuvres d'art parfont le geste poétique de l'imagination créatrice, qui n'est plus une simple reproduction imaginative des phénomènes extérieurs.

Présenter l'ensemble des thèses est impossible. Concentrons-nous sur l'une d'elles en particulier. Le chapitre qui offre le plus de prise au lecteur est certainement celui consacré à l'ontologie de l'œuvre d'art, dans lequel l'auteur entend distinguer l'œuvre d'art de la marchandise. Bien qu'il convoque avec profit l'essai « Sur le concept d'achevé en soi » de Moritz, la réflexion porte moins l'empreinte de la théorie transcendantale allemande, ce qui la rend plus facile à discuter. Peut-on assimiler l'œuvre d'art à une marchandise ? La question est urgente, puisque « l'esthétisation de la marchandise » (p. 54) confère souvent aux produits utilitaires une belle apparence et, du reste, les œuvres d'art sont vendues sur le marché de l'art. De fait, la marchandise et l'œuvre sont souvent un seul et même objet. Le tour de force de L. Guyot consiste à placer la différence au niveau de l'essence, en affirmant que lorsque l'on déclare *vendre une œuvre d'art*, on fait une erreur de langage : « sous le sujet grammatical lui-même, on glisse subrepticement et involontairement l'essence, et l'on confond le sujet avec l'essence du sujet » (p. 71). Autrement dit, même si l'œuvre et la marchandise sont matériellement identiques, la propriété « avoir une valeur marchande » n'est essentielle que pour la marchandise. On ne peut pas vendre une œuvre d'art *en tant qu'œuvre d'art*, mais seulement *en tant que marchandise*. Deux arguments justifient la différence entre l'œuvre et la marchandise.

En premier lieu, l'œuvre n'est pas utile, alors que la marchandise l'est : « l'œuvre d'art n'est pas l'objet en tant qu'il remplit une fonction, mais l'objet simplement en tant qu'il est beau » (p. 63). Or, ajoute l'auteur, la beauté n'a aucune fonction. C'est pourquoi, lorsqu'un objet utile est embelli, il est considéré comme une œuvre d'art indépendamment de son utilité : une belle salière est certes utile ; mais, en tant que chose belle, elle est inutile. Contre l'objection fonctionnaliste selon laquelle une œuvre serait jugée belle

précisément en raison de sa nature fonctionnelle, L. Guyot rétorque que « ce qui est plaisant avec les œuvres du fonctionnalisme, c'est la simplicité de la forme qui résulte accidentellement de sa subordination à la fonction de l'objet » (p. 67-68). Et contre l'objection selon laquelle une œuvre peut être utile (comme lorsqu'elle permet d'exercer notre jugement esthétique de manière bénéfique), il répond qu'il ne faut pas confondre utilité et vocation : tandis que l'*utilité* d'un objet correspond à une fin extrinsèque, à savoir la satisfaction d'un consommateur à qui la marchandise est destinée, la *vocation* est la fin de l'œuvre qui n'a d'autre fin qu'elle-même. Ainsi, même si je peux développer mes facultés de discrimination cognitive en admirant un tableau, ce développement n'est pas extrinsèque à l'œuvre : mes facultés se développent précisément en me concentrant sur l'œuvre comme fin en soi.

Cependant, nous pourrions nous demander si les réponses de L. Guyot à ces deux objections sont satisfaisantes. (1) La « simplicité de la forme » d'une œuvre fonctionnelle n'est nullement un résultat « accidentel » de sa subordination à la fonction de l'objet. Lorsqu'on apprécie une chaise Breuer, la simplicité de sa forme est belle précisément en raison de sa subordination à l'usage. Imaginons deux chaises construites par une designeuse : les deux ont chacune une forme simple distincte, sauf que l'une est si simple qu'il est extrêmement inconfortable de s'asseoir dessus. S'il fallait répondre à la question de savoir laquelle est la plus belle, nous choisirions vraisemblablement celle dont la simplicité est au service de la fonction, puisque la chaise inconfortable paraît moins belle que ridicule. Ainsi, la simplicité formelle n'a rien d'accidentel au regard de la fonction de l'objet : la fonction s'accomplit précisément grâce à cette simplicité. (2) Il est difficile de soutenir que l'utilité extrinsèque contredit nécessairement la nature de l'œuvre d'art. Imaginons un artiste qui produise une œuvre avec l'intention explicite d'en faire le moyen de développer la finesse de notre perception esthétique grâce à ses propriétés formelles complexes. Le sujet intéressé s'approche de l'œuvre, non pas parce qu'il la considère comme une fin en soi, mais parce qu'elle est jugée comme un moyen utile pour développer ses facultés. Pourquoi cette œuvre ne serait-elle pas artistique dans ce cas ? N'est-ce pas précisément *parce qu'elle est artistique* qu'elle réussit si bien à développer notre perception ? Il est donc possible qu'une chose *en tant qu'œuvre d'art* puisse servir une telle fin.

En second lieu, selon L. Guyot, l'œuvre se distingue de la marchandise dans la mesure où la valeur artistique ne se réduit pas à la valeur marchande. Le même objet a une valeur artistique et une valeur marchande, mais sa valeur marchande ne détermine l'objet qu'en tant qu'il est considéré comme marchandise : « le prix, si l'on y réfléchit, reste étranger à l'essence de l'œuvre » (p. 71). La raison en est simple : il n'existe pas de moyen pour

quantifier la valeur marchande de l'œuvre en la fondant sur ses propriétés artistiques. Tout au plus, cette valeur réside dans la rareté de l'objet, les matériaux ou le temps de travail nécessaire pour la réalisation de l'œuvre.

On pourrait, toutefois, se demander si la valeur marchande est aussi déconnectée de la valeur artistique que le pense l'auteur. Qu'il n'existe pas de prix « juste » pour une œuvre est indéniable, mais on ne saurait nier une certaine corrélation entre la valeur marchande et la valeur artistique dans de nombreux cas, notamment dans le cas des œuvres non contemporaines, dont la valeur artistique est en partie déterminée par leur importance historique. S'il est impossible de savoir ce qu'est le juste prix d'un tableau de Cézanne, il est évident que sa valeur marchande, plus élevée que celle d'une peinture d'histoire d'Henri-Louis Dupray, dépend de sa valeur artistique supérieure. Encore une fois, il est possible qu'une chose *en tant qu'œuvre d'art* puisse avoir une valeur marchande, à condition que celle-ci soit corrélée à la valeur artistique.

Ces interrogations ne font que mettre en évidence la richesse de *Philosophies de la création artistique*, un ouvrage élégamment écrit et toujours ancré dans l'analyse d'œuvres d'art précises, elles-mêmes éclairées par les écrits d'artistes. L'ouvrage intéressera autant les spécialistes de philosophie allemande que les philosophes de l'art.

Francis Haselden
Université de Rennes