

LES ARTS ET LES IMAGES

*DIALOGUES AVEC
DOMINIC McIVER LOPES*

Laure Blanc-Benon (dir.)
& Dominic McIver Lopes

Important :

les déclinaisons numériques de cet ouvrage ne contiennent pas les illustrations.

ISBN : 979-10-231-3678-4

SORBONNE UNIVERSITÉ PRESSES



PHILOSOPHIES

Les Arts et les Images se veut une introduction aux principaux terrains d'investigation de Dominic Melver Lopes, philosophe canadien contemporain, figure incontournable de l'esthétique et de la philosophie de l'art en langue anglaise au cours des vingt dernières années. Il ouvre une réflexion sur les méthodes employées en esthétique et philosophie de l'art aujourd'hui, qu'on soit un philosophe dit « analytique » ou bien « continental », Lopes cherchant à penser le lien entre les deux traditions.

À travers leur textes respectifs, Laure Blanc-Benon, Jacques Morizot et Frédéric Pouillaude instaurent un dialogue avec Dominic Melver Lopes, sur plusieurs de ses livres : *Understanding Pictures* (1996), ouvrage de référence sur la question philosophique des images et de la représentation ; *Beyond Art* (2014), livre qui traite de la question classique au XX^e siècle de la définition de l'art, et *Four Arts of Photography* (2016) dans lequel Dominic Lopes met en avant une nouvelle philosophie de la photographie. À ce dialogue s'ajoutent quatre textes de Lopes inédits en français, portant sur la méthode de l'esthétique et de la philosophie de l'art et également sur la question de la beauté et de la valeur esthétique.

Dominic Melver Lopes est professeur au département de philosophie de l'université de Colombie Britannique (UBC). Depuis *Understanding Pictures* (1996), ouvrage mondialement reconnu, les travaux de Dominic Melver Lopes portent principalement sur l'esthétique et notamment sur la valeur esthétique et épistémique des images ; les nouvelles formes d'art ; les théories de l'art ; ou l'image photographique.

Laure Blanc-Benon est maîtresse de conférences en philosophie à Sorbonne Université et membre du Centre Victor Basch. Elle est l'auteure du livre *La Question du réalisme en peinture* (Vrin).

Sorbonne Université Presses
www.sup.sorbonne-universite.fr

Contenu de ce document :
Dominic Melver Lopes · Beauté : le réseau social

LES ARTS ET LES IMAGES



PHILOSOPHIES

Collection fondée et dirigée par Marwan Rashed

Malebranche. Mathématiques et philosophie
Claire Schwartz

Le Monde en projets. Une lecture de la théorie des symboles de Nelson Goodman
Alexis Anne-Braun

La Jeune Fille et la Sphère. Études sur Empédocle
Marwan Rashed

LES ARTS ET LES IMAGES

*DIALOGUES AVEC
DOMINIC MCIVER LOPES*

Laure Blanc-Benon (dir.)

Ouvrage publié avec le concours
de l'EA 3552, « Métaphysiques : histoires, transformations, actualité »
et de la faculté des Lettres de Sorbonne Université.

Sorbonne Université Presses est un service général
de la faculté des Lettres de Sorbonne Université.

© Sorbonne Université Presses, 2019, 2023
ISBN de l'édition papier : 979-10-231-0615-2

Composition : 3d2s/Emmanuel Marc DUBOIS (Paris/Issigeac)

SUP
Maison de la Recherche
Sorbonne Université
28, rue Serpente
75006 Paris
tél. : (33) (0)1 53 10 57 60

sup@sorbonne-universite.fr

<https://sup.sorbonne-universite.fr>

TROISIÈME PARTIE

La valeur esthétique

BEAUTÉ : LE RÉSEAU SOCIAL

Dominic McIver Lopes

185

TROISIÈME PARTIE
La valeur esthétique

INTRODUCTION

Le domaine de l'esthétique est un domaine de la culture. Aussi triviale que l'affirmation puisse d'abord sembler, elle est surprenante et mérite qu'on réfléchisse à son sens littéral, car la culture dépend d'une activité humaine de coopération à grande échelle, alors que nous considérons l'espace esthétique comme peuplé d'individus ou de petits groupes de collaborateurs. Rapatrier l'esthétique au sein de la sphère culturelle met au premier plan certaines observations qu'une théorie de la valeur esthétique devrait expliquer et que les théories traditionnelles de la valeur esthétique ne parviennent pas à expliquer. Selon une théorie nouvelle et meilleure, *homo aestheticus* est un rejeton de *homo economicus*.

TROIS OBSERVATIONS, UNE SUPPOSITION, UNE MÉTHODE

Que la valeur esthétique possède une dimension sociale n'est pas une grande nouvelle. Des différences d'origine ethnique, de genre et de statut socioéconomique ont manifestement un impact sur l'évaluation esthétique¹. Le fait que vous soyez un philosophe allemand du

1 Pierre Bourdieu, *Distinction : A Social Critique of the Judgement of Taste*, Richard Nice (trad.), Cambridge, Harvard UP, 1984 ; *id.*, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1979.

dix-neuvième siècle ou un sculpteur inuit de la fin du vingtième siècle permet de prédire votre goût de façon imparfaite mais systématique. La culture inclut toutefois bien davantage que le goût partagé. Pour s'en apercevoir, il faut considérer trois observations supplémentaires sur la culture esthétique.

Les œuvres d'art n'ont aucun monopole sur la valeur esthétique qui est tout autant à sa place dans l'art populaire, de ses manifestations dominantes jusqu'à ses marges, dans le design domestique et industriel, et bien sûr dans la nature. Confrontés à des richesses illimitées, nous nous spécialisons, affectionnant certains genres ou espèces esthétiques plutôt que d'autres – le post-rock, les miniatures mogholes, la céramique de Bizen, les preuves en géométrie, les cocktails à base de seigle, les textiles péruviens, les cartes Pokémon, les zones humides. Chaque espèce esthétique réclame une compétence spécialisée, un corps de savoirs et d'aptitudes qu'il a fallu apprendre. Une compétence acquise dans les miniatures mogholes apporte peu de compétences pour la musique de Godspeed You! Black Emperor². Une théorie de la valeur esthétique devrait expliquer la diversité des espèces esthétiques, chacune réclamant une compétence esthétique spécifique.

Les espèces esthétiques ne cessent d'évoluer, sous l'action d'individus qui accomplissent toute une série de tâches. Les actes de création et d'appréciation monopolisent l'essentiel de l'attention mais ils sont accompagnés d'un chœur d'activités, parmi lesquelles éditer, organiser, collectionner, conserver, exposer, enseigner et mettre en relation des publics. Ajoutez à cela qu'un acte esthétique est un acte qui dépend de manière contrefactuelle du contenu d'une évaluation esthétique. Ce que l'agent fait avec un élément serait différent si on devait lui attribuer une valeur esthétique différente. Une fois cela stipulé, toutes les tâches énumérées peuvent (mais pas nécessairement) être des actes esthétiques. Et chacune met en jeu une compétence qui lui est propre. La compétence permettant de lire et d'apprécier le tétramètre héroïque ne suffit pas, hélas, pour en écrire. Un collectionneur averti de jeux vidéo pourrait néanmoins être un joueur maladroit. Une théorie de la valeur esthétique

2 Groupe de post-rock actif à Montréal (NdT).

devrait expliquer les actes esthétiques spécialisés et la compétence qu'ils mettent en œuvre.

Une troisième observation va bien au-delà des deux premières. Les espèces esthétiques et les actes interagissent³. Le même acte-type peut être réalisé dans des espèces esthétiques différentes et la spécialisation relative à une espèce esthétique signifie que la compétence investie dans l'activité ϕ pour un K donné n'équivaut pas à disposer de cette compétence pour tous les K ou même pour un autre K . Un directeur de publication expert en textes littéraires n'est pas un directeur de publication expert en photographie. Pour voir la différence que produisent les espèces esthétiques, maintenez constant l'acte-type. Inversement, pour voir la différence que produisent les actes-type, maintenez K constant. Une même espèce esthétique comporte des agents qui s'activent dans des activités différentes et la spécialisation relative à un acte-type signifie que la compétence investie dans l'activité ϕ pour un K ne garantit pas une compétence pour tous les autres actes liés à K . Un directeur de publication expert en textes littéraires n'est pas expert dans le choix de la couverture du livre.

Supposez un espace bidimensionnel (table 1) dont les colonnes figurent des actes-type de haut niveau (créer, exécuter, être spectateur, éditer, etc.) et les lignes des espèces esthétiques (architecture, danse, mode, théorèmes, oiseaux, couchers de soleil, etc.). Chaque cellule dans la table représente une compétence esthétique. L'ensemble des cellules représente systématiquement comment une compétence esthétique est fonction à la fois d'un acte-type esthétique et d'une espèce esthétique. Une théorie de la valeur esthétique devrait expliquer ce qui est représenté par le modèle bidimensionnel de l'interaction des actes-type esthétiques et des espèces esthétiques.

3 Dominic Mc Iver Lopes, « Aesthetic Experts. Guides to Value », *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 73, n° 3, 2015, p. 235-246 ; « Les Experts : des guides vers la valeur esthétique », *supra*, p. 155-183.

Table 1. Compétence esthétique spécialisée par espèce esthétique et par acte-type.

	ϕ_1	ϕ_2	...	ϕ_i
K_1				
K_2				
...				
K_i				

En gardant toutefois l'esprit ouvert à des données supplémentaires qui mériteraient une explication, ces trois observations suffisent pour mettre en contraste les théories traditionnelles de la valeur esthétique avec une nouvelle théorie. Avant de m'occuper d'elle, encore deux points qui complètent l'état des lieux, chacun inspiré par les observations qui précèdent.

188

Voici tout d'abord une supposition relative aux sortes de raisons dans lesquelles figurent les valeurs esthétiques. Les raisons théoriques sont des faits qui augmentent la probabilité que p . Le fait que le soleil se couche sur les montagnes à l'ouest est une raison théorique parce qu'il augmente la probabilité que ce soit le soir. Les raisons pratiques portent sur la question de savoir ce qu'un agent devrait faire en telles circonstances ; ce sont des faits qui donnent du poids à la proposition que A devrait exercer l'activité ϕ en C^4 . Le fait que ce soit le soir dans la nature environnante est une raison pratique parce qu'il donne du poids à la proposition qu'Alice devrait allumer un feu. Par une torsion intéressante, beaucoup d'auteurs depuis Kant ont considéré les raisons esthétiques comme un amalgame à la Janus de raisons théoriques et pratiques. Les raisons esthétiques sont des raisons de juger, un jugement étant à la fois un verdict et un acte. Le fait qu'une chanson soit poignante est une raison pour la juger belle. Juger qu'elle est belle, c'est décider qu'elle est bonne et aussi l'apprécier ou la savourer. Son caractère poignant augmente la probabilité qu'elle soit belle et favorise simultanément l'action d'un agent dans certaines directions et pas d'autres, en ces circonstances. La supposition est qu'une théorie de la valeur esthétique devrait s'intéresser à la manière dont le caractère poignant de la chanson donne à un agent

4 Judith Jarvis Thomson, *Normativity*, Chicago, Open Court, 2008 ; pour des solutions alternatives, voir Jay Wallace, « Duties of Love », *Aristotelian Society*, vol. 86, 2012, p. 175-198.

des raisons de l'écouter lorsqu'il a l'âge suffisant pour cela, de l'introduire dans une *playlist* pour une occasion grave et de ne pas danser dessus.

Les théories sont des réponses à des questions. Une théorie complète de la valeur esthétique répond à deux questions. Certaines valeurs sont esthétiques (être poignant, être harmonieux, être vulgaire) et d'autres ne le sont pas (être cruel, être curieux, être un bon parapluie). En conséquence, une question est de savoir ce qui rend certaines valeurs esthétiques, plutôt que morales, intellectuelles ou utilitaires. Une seconde question porte sur ce qui fait que les valeurs esthétiques figurent au titre de raisons d'agir pour des agents. Appelons-la *la question normative*. Les questions normatives se présentent au cœur de l'action, lorsque des agents se demandent : que faudrait-il que je fasse ? La réponse réside dans ce qu'ils ont des raisons de faire. Comment les valeurs esthétiques répondent-elles donc aux questions que se posent des agents au cœur de l'action ?

Jusque tout récemment, on n'avait pas distingué les deux questions et les philosophes ont cherché des théories qui répondent aux deux en même temps, entravant peut-être ainsi les progrès. Pour l'instant, assurons-nous d'en savoir souvent assez sur une valeur esthétique lorsque nous la voyons. Il reste à élaborer une théorie partielle de la valeur esthétique pour répondre à la question normative.

Pour compléter l'état des lieux, développons une stratégie afin de mettre en œuvre le programme. Une théorie de la valeur esthétique répond à la question de savoir pourquoi le fait que x est V donne à un agent une raison d'accomplir un acte esthétique. En répondant à la question normative, la théorie doit expliquer les observations relatives à la culture esthétique. La stratégie est la recherche d'une explication rationnelle. Un agencement social est rationnellement expliqué tout simplement lorsque certaines des raisons qu'ont des agents d'agir de toute façon sont des raisons pour eux d'agir de manières qui se conforment à l'agencement et qui l'étayent. Lorsqu'un agencement social est rationnellement expliqué, les raisons qu'ont des agents d'agir de toute façon sont incluses dans les raisons qui l'expliquent.

En bref, la stratégie consiste à délimiter une théorie partielle de la valeur esthétique qui explique rationnellement, en faisant appel aux raisons

que des agents ont d'agir de toute façon, pourquoi la culture esthétique a pour spécialité d'interagir entre actes-type et espèces esthétiques.

L'HÉDONISME ESTHÉTIQUE

190

On peut pardonner aux autres – ceux qui ne s'intéressent pas à ces questions – qu'ils attendent de l'esthétique philosophique qu'elle ait beaucoup à dire sur la valeur esthétique. À la fin des années 1960, à travers les publications de Danto⁵, Goodman⁶ et Wollheim⁷ qui ont changé la donne, l'attention s'est largement déplacée de la valeur esthétique vers la valeur artistique et les études sur la mécanique des arts – dépicition, expression, métaphore et fiction, en particulier. Faciliter ce changement de direction a été la dominante d'une théorie unique de la valeur esthétique. *Dominante* est peut-être un mot trop faible car on tenait si couramment la théorie pour admise que personne n'a jamais ressenti le besoin ni de prendre sa défense, ni même de garder un œil sur la concurrence. On dénomme souvent la théorie dominante *empirisme esthétique* ou *empirisme de la valeur esthétique*, mais *hédonisme esthétique* est plus clair.

Sous sa forme classique, l'hédonisme de la valeur générale soutient que seul le plaisir possède une valeur finale et que seul le déplaisir prive de valeur finale⁸. En dépit de son peu de mérites en tant que théorie générale de la valeur, l'hédonisme a conservé son emprise sur la pensée de la valeur esthétique. Selon l'hédonisme esthétique, la valeur esthétique de quelque chose réside dans son pouvoir de ou sa disposition à produire

5 Arthur C. Danto, « The Artworld », *The Journal of Philosophy*, vol. 61, n° 19, 1964, p. 571-584; *id.*, *Philosophie analytique et esthétique* [1988], trad. et éd. Danielle Lories, Paris, Klincksieck, 2004.

6 Nelson Goodman, *Languages of Art: An Approach to a Theory of Symbols* [1968], Indianapolis, Hackett, 1976; *id.*, *Langages de l'art*, J. Morizot (trad.), Nîmes, Jacqueline Chambon, 1990.

7 Richard Wollheim, *Art and Its Objects* [1968], Cambridge, Cambridge UP, 1980; *id.*, *L'Art et ses objets*, trad. Richard Crevier, Paris, Aubier, 1994.

8 Par exemple, C. I. Lewis, *An Analysis of Knowledge and Valuation*, La Salle, Open Court, 1946; pour une conception non classique, voir Roger Crisp, « Hedonism Reconsidered », *Philosophy and Phenomenological Research*, vol. 73, n° 3, 2006, p. 619-645.

des expériences dotées au final de valeur, lorsque ce quelque chose est correctement compris par un sujet approprié⁹.

- 9 Voir C. I. Lewis, *An Analysis of Knowledge and Valuation*, *op. cit.* ; Monroe Beardsley, « Aesthetic Experience Regained », *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 28, n° 1, 1969, p. 3-11 ; Michael A. Slote, « The Rationality of Aesthetic Value Judgments », *The Journal of Philosophy*, vol. 68, n° 22, 1971, p. 821-839 ; *Philosophie analytique et esthétique* [1988], *op. cit.*, Paris, Klincksieck, 2004 ; Monroe Beardsley, « The Aesthetic Point of View », *Metaphilosophy*, n° 1, 1970, p. 39-58 ; George Dickie, *Art and the Aesthetic: An Institutional Analysis*, Ithaca, Cornell UP, 1974, p. 40-41 ; Monroe Beardsley, « In Defense of Aesthetic Value », *Proceedings and Addresses of the American Philosophical Association*, n° 52, 1979, p. 723-749 ; Monroe Beardsley, « Aesthetic Experience », dans *id.*, *The Aesthetic Point of View*, Ithaca, Cornell UP, 1982, p. 285-297 ; Mary Mothersill, *Beauty Restored*, Oxford, OUP, 1984 ; George Dickie, *Evaluating Art*, Philadelphia, Temple UP, 1988, p. 93 ; Marcia Muelder Eaton, *Aesthetics and the Good Life*, Rutherford, Fairleigh Dickinson UP, 1989 ; Alan H. Goldman, « Aesthetic Qualities and Aesthetic Value », *The Journal of Philosophy*, vol. 87, n° 1, 1990, p. 23-37 ; Jerrold Levinson, « Pleasure and The Value of Works of Art », *The British Journal of Aesthetics*, vol. 32, n° 4, 1992, p. 295-306 ; Kendall Walton, « How Marvelous! Toward a Theory of Aesthetic Value », *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 51, n° 3, 1993, p. 499-510 ; Malcolm Budd, *Values of Art: Painting, Poetry, and Music*, London, Penguin, 1995, p. 4-7 ; Robert Stecker, *Artworks: Definition, Meaning, Value*, University Park, Penn State UP, 1997, p. 279-280 ; Richard W. Miller, « Three Versions of Objectivity: Aesthetic, Moral, and Scientific », dans *Aesthetics and Ethics: Essays at the Intersection*, Jerrold Levinson (dir.), Cambridge, Cambridge UP, 1998, p. 26-58 ; Jerrold Levinson, « Hume's Standard of Taste: The Real Problem », *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, n° 60, 2002, p. 227-238 ; Gary Iseminger, *The Aesthetic Function of Art*, Ithaca, Cornell UP, 2004 ; Alan H. Goldman, « The Experiential Account of Aesthetic Value », *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 64, n° 3, 2006, p. 333-342 ; Robert Stecker, « Aesthetic Experience and Aesthetic Value », *Philosophy Compass*, vol. 1, n° 1, 2006, p. 1-10 ; Alexander Nehamas, *Only a Promise of Happiness: The Place of Beauty in a World of Art*, Princeton, Princeton UP, 2007 ; Malcolm Budd, « Aesthetic Essence », dans *Aesthetic Experience*, Richard Shusterman & Adele Tomlin (dir.), London, Routledge, 2008, p. 1-14 ; Jerrold Levinson, « Artistic Worth and Personal Taste », *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 68, n° 3, 2010, p. 225-233 ; C. Strandberg, « A Structural Disanalogy between Aesthetic and Ethical Value Judgements », *The British Journal of Aesthetics*, vol. 51, n° 1, 2011, p. 51-67 ; Nicholas Stang, « Artworks Are Not Valuable for Their Own Sakes », *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 70, n° 3, 2012, p. 271-280 ; Mohan Matthen, « Play, Skill, and the Origins of Perceptual Art : Table 1 », *The British Journal of Aesthetics*, vol. 55, n° 2, 2015, p. 173-197 ; Jerrold Levinson, « Toward an Adequate Conception of Aesthetic Experience », dans *Aesthetic Pursuits*, Oxford, OUP, 2016, p. 28-16 ; Mohan Matthen, « The Pleasure of Art », *Australasian Philosophical Review*, n° 1, 2017, p. 1.

Puisque *plaisir* est le bon mot, quelque peu démodé, pour désigner une expérience qui est finalement bonne ou qu'il vaut la peine d'avoir pour elle-même, la théorie justifie l'appellation d'*hédonisme esthétique* (avec pour signe mnémotechnique le *ab...*). Aucun de ceux qui ont échappé à l'emprise de la morale victorienne ne doit s'inquiéter que certaines expériences bonnes au final ne soient pas des plaisirs. Il s'en faut que tous les plaisirs soient sensuels. Marcia Eaton fait la part belle aux plaisirs cognitifs qui « impliquent de comparer, de mettre en contraste, de faire correspondre les choses avec des modèles et de déterminer leurs significations et leurs liens¹⁰ ». Jerrold Levinson refuse d'identifier le plaisir esthétique avec « une manifestation physiologique, subie de manière passive¹¹ ». Il explique qu'une expérience peut posséder une valeur finale

parce que les facultés cognitives de quelqu'un sont mises en œuvre ou élargies dans une mesure sensible ; parce que ses yeux ou ses oreilles s'ouvrent à certaines possibilités spatiales et temporelles ; parce qu'il devient capable d'explorer des registres d'émotion inhabituels ; parce que sa conscience atteint un degré d'intégration qui dépasse le niveau ordinaire ; parce qu'il accède à un sentiment caractéristique de liberté ou de transcendance ; parce que certaines vérités morales sont rendues manifestes pour lui sous forme concrète ; ou parce qu'on lui procure des aperçus, d'une manière ou d'une autre, sur la nature humaine¹².

Le pouvoir de l'hédonisme esthétique ne vient pas de ce qu'il joue avec l'attrait sensuel de l'art mais de ce qu'il exploite la normativité inhérente aux expériences dotées au final de valeur.

Dans la comparaison de deux tableaux, insistait Denis Diderot, « les artistes préféreront le premier et ils auront raison. Personnellement je préfère le second¹³ ». Le trait d'esprit consiste à invalider la supposition qu'être esthétiquement bon implique et garantit le plaisir. Bernard

¹⁰ Marcia Muelder Eaton, *Aesthetics and the Good Life*, op. cit., p. 123.

¹¹ Jerrold Levinson, « Pleasure and The Value of Works of Art », art. cit., p. 295.

¹² *Ibid.*, p. 301.

¹³ Cité par Michael Fried dans *Absorption and Theatricality: Painting and Beholder in the Age of Diderot*, Berkeley, University of California Press, 1980, p. 118 ; *id.*, *La*

Williams a avoué une fois « je n'aime tout simplement pas séjourner dans de bons hôtels¹⁴ ». Peut-être se trouve-t-il que Williams ne choisissait pas de bons hôtels, mais il est plus vraisemblable qu'il n'était pas au nombre des *sujets appropriés* pour lesquels un bon hôtel déclenche des expériences dotées au final de valeur. L'hédonisme esthétique fait des expériences de quelqu'un une règle pour d'autres. Williams n'aimait pas les bons hôtels mais il avait néanmoins une raison esthétique de les traiter avec condescendance, parce que les sujets appropriés les aiment. Diderot n'aimait pas la meilleure des deux peintures, mais cela ne s'inscrit pas en faux contre l'hédonisme esthétique parce que la meilleure peinture est celle qu'aiment les sujets appropriés et non pas celle qu'il aime lui.

Aux yeux de ses partisans plus raffinés, l'hédonisme esthétique peut donner du sens à la dimension sociale de ce qui esthétique, en particulier par la manière dont il caractérise le sujet approprié des expériences dotées au final de valeur. Deux caractérisations possèdent un pouvoir qui tient bon.

Hume a écrit dans son *Traité de la nature humaine* que chacun de nous

désire le plus ardemment la société et se trouve doté en sa faveur des meilleures dispositions. Nous ne pouvons former aucun souhait qui ne fasse référence à la société. Il n'est peut-être pas possible d'endurer un châtement plus pénible qu'un isolement complet. Tout plaisir devient languissant quand on en jouit hors de toute compagnie ; et toute peine devient alors plus cruelle et plus intolérable. [...] La plupart des espèces de beauté dérivent de cette origine¹⁵.

Adoptant la direction inverse, Andy Egan suggère que les plaisirs esthétiques partagés sont importants pour « bâtir et maintenir des

Place du spectateur. Esthétique et origines de la peinture moderne, trad. Claire Brunet, Paris, Gallimard, 1990.

14 Bernard Williams, *Ethics and the Limits of Philosophy*, Cambridge, Harvard UP, 1985, p. 125 ; *L'Éthique et les limites de la philosophie*, trad. Marie-Anne Lescourret, Paris, Gallimard, 1990.

15 David Hume, *A Treatise of Human Nature*, London, John Noon, 1739, §225 ; *id.*, *Traité de la nature humaine*, trad. Jean-Pierre Cléro, Paris, Flammarion, 1991, t. II, p. 211.

relations interpersonnelles, et pour établir et maintenir des liens aux communautés et aux groupes. De très nombreux groupes et sous-cultures se définissent, au moins en partie, par les sensibilités esthétiques communes de leurs membres¹⁶ ». Le plaisir induit le partage et un sens de la communauté ; il se trouve alors amplifié par le partage.

Qu'elle soit vraie ou non, la ligne Hume-Egan nous plaît davantage aujourd'hui qu'une autre ligne qui trouve son expression canonique dans l'essai de Hume « Sur la règle du goût¹⁷ » (1777). Le verdict commun des vrais juges de Hume établit une règle pour les autres parce qu'il indique le maximum de jouissance esthétique. Addison vaut mieux sur un plan esthétique que Bunyan parce qu'il est plus apte à satisfaire ceux qui cherchent le plus grand plaisir. Les auteurs qui font de l'observateur idéal le noyau dur de leur théorie soutiennent que les vrais juges sont les juges universels qui établissent la règle valant pour chacun et pour toute espèce esthétique¹⁸. Beaucoup s'orientent vers le noyau mou : différents vrais juges établissent des règles pour différentes communautés de goût, lorsque certaines espèces esthétiques mais non toutes sont présentes à grande échelle. Un juge qui établit une règle pour les étudiants new-yorkais de l'Upper West Side en musique sérielle n'établit pas une règle pour les pré-adolescents de Glasgow qui s'intéressent aux mangas¹⁹.

Les deux lignes répondent à la question normative. Puisque tout un chacun a raison d'amplifier et de maximiser ses plaisirs, il possède une raison esthétique de se livrer à ce qu'aiment les vrais juges. Si les bons hôtels sont réellement bons, Williams possédait une raison esthétique de se remodeler de manière à les aimer : il en aurait retiré dans l'ensemble davantage de plaisir. De même, si tout un chacun a raison de partager ses plaisirs, il possède une raison esthétique de jouir de ce dont ses amis

16 Andy Egan, « Disputing about Taste », dans Richard Feldman & Ted A. Warfield (dir.), *Disagreement*, Oxford, OUP, 2010, p. 247-286, en part. p. 260.

17 David Hume, « Of the Standard of Taste », dans *Four Dissertations*, London, Millar, 1777, p. 227-249 ; *id.*, « De la règle du goût », dans *Essais sur l'art et le goût*, trad. Michel Malherbe, Paris, Vrin, 2010.

18 Jerrold Levinson, « Hume's Standard of Taste : The Real Problem », art. cit.

19 Alan H. Goldman, *Aesthetic Value*, Boulder, Westview, 1995 ; Stephanie Ross, « Comparing and Sharing Taste : Reflections on Critical Advice », *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 70, n° 4, 2012, p. 363-371.

et ses voisins jouissent. Si les bons hôtels sont réellement bons, Williams possédait une raison esthétique de se remodeler de manière à partager avec d'autres le fait de les aimer.

En effet, chaque réponse à la question normative promet une explication rationnelle du versant social en matière de valeur esthétique. Un agencement social est rationnellement expliqué tout simplement lorsque certaines des raisons qu'ont des agents d'agir de toute façon sont des raisons pour eux d'agir de manières qui se conforment à l'agencement et qui l'étayent. Avoir une raison de maximiser le plaisir se révèle de toute façon être une raison de se conformer aux vrais juges et d'étayer leurs réseaux de reconnaissance. Avoir raison de partager ses plaisirs se révèle de toute façon une raison d'être en conformité avec les réseaux d'amis et de voisins avec lesquels les plaisirs sont partagés et de les étayer.

L'ennui est que l'hédonisme esthétique n'explique pas rationnellement toutes nos observations relatives à la culture esthétique. Ce qui se trouve expliqué, c'est l'observation familière aux lecteurs de Bourdieu selon laquelle l'appartenance à des groupes sociaux trace la voie des préférences esthétiques.

Pendant nous avons aussi observé que la culture esthétique se divise en espèces esthétiques. À vrai dire, les espèces esthétiques ne sont pas toujours liées à des groupes sociaux spécifiques (le ska était florissant à la Jamaïque et aussi au Royaume-Uni). Lorsqu'elles le sont, il existe une explication spéciale en termes d'accès (par exemple les enfants ont raison de se livrer à la musique pour enfants qui favorise leur développement). Même en supposant – ce que ne montrent pas les faits – que les schémas de partage correspondent aux frontières entre espèces esthétiques, l'hédonisme esthétique n'explique pas rationnellement la correspondance. Mes amis et moi avons raison de partager notre amour des mêmes choses, mais cela peut être certains ballets, certaines motos anciennes et certaines zones humides. Pourquoi les ballets, les motos anciennes et les zones humides se distribuent-ils en espèces esthétiques différentes?

Une seconde observation nous oriente vers la gamme des actes accomplis par les agents esthétiques. Pour comprendre quelqu'un qui agit dans le monde et qui essaie de le modifier, demandez-vous

quel problème il doit résoudre. L'hédonisme esthétique incorpore une supposition relative au problème selon laquelle les agents esthétiques se tournent vers les *sujets appropriés* pour la solution. Le problème est de repérer des expériences jouissives, d'extraire des plaisirs des choses²⁰. Bien que les hédonistes esthétiques aient parfois tendance à nier que les raisons esthétiques sont d'ordre pratique, en réalité ils identifient les actes esthétiques à des actes d'appréciation, de contemplation ou d'attention intense. Il ne faut pas s'étonner que l'hédonisme esthétique n'explique rationnellement que ces agencements sociaux qui sous-tendent l'appréciation, la contemplation ou l'attention intense, et pas les agencements sociaux dans lesquels les agents collectionnent des *netsuke*, réalisent un montage de photographies ou écrivent des entrées dans Wikipédia sur les bicyclettes. Est-ce que le fait qu'un vélo Rivendell Sam Hillborne se prête à l'embellissement dû à l'usage ne me donne aucune raison esthétique d'écrire sur lui, à moins qu'écrire sur lui ne soit une manière spéciale d'extraire du plaisir de l'embellissement dû à l'usage²¹ ?

Les considérations de cette sorte n'invalident pas l'hédonisme esthétique dont les défenseurs peuvent trouver matière à répondre. Même s'il en est ainsi, il ne manque pas de raisons de développer une théorie alternative de la valeur esthétique. Jusqu'ici il n'en existe aucune,

- 20 Flint Schier, « Hume and the Aesthetics of Agency », *Proceedings of the Aristotelian Society*, n° 87, 1986, p. 121-135 ; Theodore Gracyk, « Having Bad Taste », *The British Journal of Aesthetics*, vol. 30, n° 2, 1990, p. 117-131 ; David Brooks, « Taste, Virtue, and Class », dans Dudley Knowles & John Skorupski (dir.), *Virtue and Taste: Essays on Politics, Ethics, and Aesthetics in Memory of Flint Schier*, Oxford, Blackwell, 1993, p. 65-82 ; Alan H. Goldman, *Aesthetic Value*, *op. cit.*, p. 21-22 ; Paul Guyer, « The Standard of Taste and the "Most Ardent Desire of Society" », dans *Values of Beauty: Historical Essays in Aesthetics*, Cambridge, Cambridge UP, 2005, p. 37-74, en part. p. 59 ; Kevin Melchionne, « On the Old Saw "I know nothing about art but I know what I like" », *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 68, n° 2, 2010, p. 131-141.
- 21 Le terme de « beausage » n'a, à ma connaissance, pas d'équivalent en français. Le terme a été forgé par Grant Petersen en contractant « *beauty* » et « *usage* » et désigne les effets esthétiques qu'on peut trouver dans le vieillissement d'un objet qui a beaucoup servi, un peu comme la patine d'un meuble (par exemple, le brunissement inégal de la selle, des éraflures dans la peinture du cadre, etc.) (NdT).

bien que l'hédonisme esthétique ait été critiqué²². La clé est de voir qu'une alternative à l'hédonisme esthétique devrait expliquer l'ensemble des trois observations au sujet de l'activité esthétique.

BIEN FAIRE ESTHÉTIQUEMENT

Alors que l'hédonisme esthétique se représente les agents esthétiques confrontés au problème de savoir comment se procurer une gratification esthétique, la vérité est que les agents esthétiques abordent une gamme de problèmes différents parce qu'ils accomplissent une gamme d'actes-type dans une gamme de contextes. Pourquoi donc ne pas commencer en rendant compte d'une normativité valable en toute circonstance, telle qu'elle s'applique à tout agent qui a un problème quelconque à résoudre, dans n'importe quel contexte? Un agent qui possède réellement une raison d'agir a par là même une raison de bien agir; mais on agit toujours bien en accomplissant, donc on a toujours raison d'accomplir²³.

Une performance est bonne en partie pour autant qu'elle réussit dans son but. Un archer agit de bonne façon en mettant dans le mille et une barista agit de bonne façon lorsqu'elle obtient une délicieuse goutte d'expresso, car mettre dans le mille compte comme un succès pour l'archerie et la barista réussit dans son but lorsqu'elle fait du café savoureux. Que son succès rende un acte bon n'est bien sûr pas une

22 Helen Knight, « The Use of 'Good' in Aesthetic Judgements », dans William Elton (dir.), *Aesthetics and Language*, Oxford, Blackwell, 1967, p. 147-160; Nick Zangwill, « Art and Audience », *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 57, n° 3, 1999, p. 315-332; R.A. Sharpe, « The Empiricist Theory of Artistic Value », *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 58, n° 4, 2000, p. 321-332; Noël Carroll, « Aesthetic Experience Revisited », *The British Journal of Aesthetics*, vol. 42, n° 2, 2002, p. 145-168, en part. p. 154-163; Dominic Mclver Lopes, « Aesthetic Experts. Guides to Value », art. cit.; James Shelley, « Against Value Empiricism in Aesthetics », *Australasian Journal of Philosophy*, vol. 88, n° 4, 2010, p. 707-720; Susan Wolf, « Good-for-nothings », *Proceedings and Addresses of the American Philosophical Association*, vol. 85, n° 2, 2011, p. 47-64.

23 Ernest Sosa, *A Virtue Epistemology: Apt Belief and Reflective Knowledge*, Oxford, OUP, 2007; John Greco, *Achieving Knowledge: A Virtue-theoretic Account of Epistemic Normativity*, Cambridge, Cambridge UP, 2010; Adam Morton, *Bounded Thinking: Intellectual Virtues for Limited Agents*, Oxford, OUP, 2012.

grosse surprise. Ce qui est en jeu dans l'action est de donner un coup de pouce au monde en direction d'un monde meilleur.

La tradition représente la beauté par le rôle qu'elle joue dans l'activité esthétique qui est analogue au rôle du coup réussi de l'archer et de la barista. Les agents esthétiques réussissent pour autant qu'ils savourent la beauté, et l'activité esthétique est organisée autour de ce but. Toutefois, il n'est pas nécessaire de supposer que les agents esthétiques partagent un seul et unique but, pour déterminer une notion de bon qui organise toute activité esthétique. Rassembler et conserver les *netsuke* ont des conditions de succès différentes, tout autant que conserver les *netsuke* et conserver les jeux Nintendo.

198

L'acte d'un archer ou celui d'une barista pourrait réussir par un pur hasard. Avec un peu de chance, les incompetents peuvent réussir. Hélas, la dissociation joue aussi dans l'autre sens. Le succès n'est pas le résultat inévitable de la compétence. Selon les mots de l'Ecclésiaste, la course n'est pas acquise aux rapides ni d'avance en faveur des habiles : le hasard intervient pour tous. Par malchance, des archers et des baristas compétents échouent parfois.

Les performances sont meilleures ou pires pour autant qu'elles impliquent l'exercice d'une compétence. C'est un mérite pour une performance qu'elle soit faite avec compétence, même si elle échoue dans son but. Le revers de la médaille est qu'avoir été faite sans compétence empêche une performance d'être bonne, qu'elle soit ou non couronnée de succès. Les deux dimensions de la valeur varient de façon indépendante.

Comme je l'ai observé, les agents esthétiques s'engagent dans des actions qui sont spécialisées de manières différentes. Il est possible d'affiner l'observation : elles ont différents buts et également différentes compétences adaptées à leurs buts.

Une performance est bonne lorsqu'elle est couronnée de succès et aussi lorsqu'elle a été réalisée à partir d'une compétence. Vaut-elle mieux lorsque les deux conditions à la fois sont remplies ? Seulement lorsqu'elles sont remplies d'une manière particulière. Une archère détend son arc avec une maîtrise parfaite. Par un hasard malencontreux, une secousse sismique déplace la cible sur le côté au moment même où la

flèche quitte l'arc. Et par un coup de chance, une soudaine bourrasque de vent remet la flèche sur sa trajectoire et rectifie parfaitement le tir. Elle est dans le mille, mais elle est victime du problème de Gettier. Sa performance est couronnée de succès et compétente, mais elle aurait été meilleure si son tir avait réussi grâce à sa compétence. Réussir est bien, de même qu'exercer une compétence; mais ce qui est encore meilleur c'est l'accomplissement, réussir grâce à une compétence. Nous pouvons donc demander au sujet de toute performance couronnée de succès si elle est un accomplissement: a-t-elle été causée par l'exercice d'une compétence?

Les agents esthétiques sont comme les archers. En visant le succès, ils prêtent toute leur attention à leur compétence, et leurs performances sont des accomplissements lorsqu'ils atteignent le succès en tant que résultat de la compétence de leurs performances. Le succès de ces accomplissements esthétiques est causé par une action esthétique compétente.

Le modèle de l'accomplissement nous indique dans quelle mesure un agent peut être bon, simplement en tant qu'agent. Les meilleurs agents possèdent ce qu'il faut pour atteindre le succès qui découle de la compétence. La même chose vaut pour les meilleurs agents esthétiques. Ils possèdent ce qu'il faut, lorsqu'ils agissent esthétiquement, pour en tirer un succès qui découle de la compétence et donc pour accomplir. À partir de là, nous pouvons proposer une réponse à la question normative. Une valeur esthétique intervient dans une raison pratique, une raison d'agir. Tout comme un agent qui a une raison d'agir a ainsi une raison d'accomplir, un agent qui a une raison d'agir esthétiquement a ainsi une raison de tirer son succès d'une action esthétique compétente. Une théorie de la valeur esthétique pourrait fonctionner avec l'idée que,

nécessairement, V est une valeur esthétique seulement si le fait qu'un certain x est V donne du poids à la proposition que ce serait un accomplissement esthétique pour un A de faire l'activité ϕ dans un certain C . Fonctionner avec cette idée conduit seulement à donner une réponse à la question normative. Une théorie complète devrait aller plus loin et dire ce qui fait de V une valeur esthétique caractéristique.

Inutile d'ajouter que l'ébauche précédente de théorie laisse une quantité de détails à compléter... pour une autre occasion. L'ébauche suffit pour construire une explication de nos trois observations relatives à la culture esthétique.

EXPLIQUER LA CULTURE ESTHÉTIQUE

Les agents esthétiques opèrent rarement en solo ; ils comptent souvent les uns sur les autres pour mener à bien ce qu'ils font. La spécialisation est une division du travail cognitif dans laquelle chaque spécialiste alloue davantage de ressources à sa spécialisation et dépend des autres pour couvrir l'incompétence qu'il ne cesse d'entretenir. Je m'occupe d'esthétique philosophique, laissant à d'autres la métaphysique modale et la philosophie de la biologie. Vous faites la même chose en développant une AOS²⁴. De manière collective, nous couvrons plus de terrain et plus en profondeur que ne pourrait le faire une population de généralistes. Voilà ce qui détermine une explication rationnelle de la structure institutionnelle de la philosophie comme discipline. Dans les bonnes conditions, le fait que vous ayez raison de toute façon d'accomplir quelque chose en philosophie vous donne une raison d'agir en conformité avec une division du travail philosophique et de soutenir celle-ci. La situation est exactement la même pour les agents esthétiques spécialisés.

Parfois il n'est besoin d'aucun agencement social pour faire naître ou maintenir une culture spécialisée. Supposez qu'un duo de musiciens doive choisir dans quel style musical se perfectionner pour atteindre une qualité d'enregistrement. La table 2 représente les gains que chacun obtient dans la compétence qu'il cultive, pour toute combinaison de choix. Dans ce scénario, tous deux ont un choix relatif à la compétence à affiner et tous deux ont tout intérêt à affiner la même compétence. C'est-à-dire qu'il est plus probable que tous deux réussissent s'ils développent les mêmes aptitudes. De plus, il n'existe qu'une seule

24 En informatique : architecture orientée services. (NdT)

combinaison de choix dans laquelle chacun fait aussi bien qu'il peut pour augmenter ses chances de succès. Les agents qui relèvent de ce scénario ont des raisons de viser un accomplissement et par là même ont une raison de se spécialiser. Le fait qu'ils aient une raison de viser un accomplissement explique rationnellement qu'ils se cantonnent à une espèce esthétique particulière.

Rien de plus n'est nécessaire pour avoir une explication rationnelle de leur spécialisation dans différentes activités à l'intérieur de l'espèce. La table 3 représente un scénario dans lequel les deux mêmes agents ont des raisons de viser un accomplissement et par là même ont une raison de se spécialiser par type d'acte autant que par espèce esthétique. Non seulement chacun a bien une raison de s'exercer dans le domaine du blues, mais l'un a plus de raisons de travailler en guitare blues, alors que l'autre a plus de raisons de perfectionner son jeu de basse. Le fait qu'ils aient une raison de viser un accomplissement de toute façon est une raison pour eux de se spécialiser dans les instruments qu'ils jouent.

Table 2. Coopération dans une espèce esthétique

	Blues	Jazz
Blues	2,2	0,0
Jazz	0,0	1,1

Table 3. Coopération dans une espèce esthétique avec actes-type différents

	Blues	Jazz
	Guitare	
Blues	2,2	0,0
	Basse	
Jazz	0,0	1,1

Avertissement pour ceux qui raffolent de la théorie des jeux : les tables 2 et 3 représentent des scénarios dans lesquels les agents font face à un choix sur ce qu'ils doivent faire et dans lesquels le résultat pour chacun est affecté par le choix de l'autre. Toutefois ces tables, ainsi que celles qui suivent, sont des applications spéciales de la théorie des jeux. Elles représentent des agents qui doivent choisir de développer une compétence, et les gains sont les chances qu'ils ont de parvenir

à un accomplissement ou les chances d'obtenir le succès à partir des compétences qu'ils choisissent de développer. Aucune des tables ne représente des choix de consommer des biens esthétiques dont les gains s'exprimeraient en termes de satisfaction esthétique. La tâche est de voir comment une alternative à l'hédonisme esthétique explique rationnellement la structure de la culture esthétique. Un objet qui appartient à la culture esthétique est expliqué rationnellement chaque fois que certaines des raisons que les agents ont d'agir de toute façon sont des raisons pour eux d'agir de manières qui conviennent à cet objet culturel et le renforcent. Les divisions du travail esthétique sont rationnellement expliquées lorsque les agents participants font mieux, élevant leurs perspectives d'accomplissement esthétique, en développant des compétences spécialisées en coopération les uns avec les autres.

Les philosophes ont un faible pour les agents qui font face à des problèmes de coordination²⁵. Dans les problèmes de coordination, on a un ensemble de combinaisons qui comprend plus d'un membre, et qui est tel que chaque combinaison non incluse dans l'ensemble fait qu'un agent au moins est moins bien loti (à savoir, il existe plus d'un équilibre de Nash strict). La table 4 représente des agents qui ont de meilleures chances d'accomplissement s'ils développent une compétence dans la même espèce esthétique, mais qui ont les mêmes chances d'accomplissement s'ils s'engagent tous les deux pour le jazz ou tous les deux pour le blues. Il en résulte que le fait que chacun a raison de viser un accomplissement ne fournit à aucun des deux une raison décisive de choisir de développer un style plutôt que l'autre. Les agents qui relèvent de ce scénario, du fait qu'ils ont raison de viser un accomplissement de toute façon, ont par là même raison de se conformer à un agencement social d'une forme ou d'une autre et de l'étayer – un échange de promesses peut-être ou une convention.

25 Voir aussi David K. Lewis, *Convention: A Philosophical Study*, Cambridge, Harvard UP, 1969, p. 8-24; Cristina Bicchieri, *The Grammar of Society: The Nature and Dynamics of Social Norms*, Cambridge, Cambridge UP, 2006; dans la lignée de Thomas Schelling, *The Strategy of Conflict*, Cambridge, Harvard UP, 1960.

Table 4. Un problème de coordination esthétique

	Blues	Jazz
	Guitare	
Blues	1,1	0,0
	Bass	
Jazz	0,0	1,1

La culture esthétique n'a pas besoin de trouver une explication rationnelle au fait que les agents esthétiques font face à des problèmes de coordination. Il est rare que les agents aient en face d'eux plus d'une seule combinaison de choix qui conduit à des accomplissements esthétiques qui sont également bons pour tous. Caractérisons le talent comme l'aptitude à développer une compétence visant un accomplissement. Les tables 3 et 4 représentent la différence suivante : les agents dans la table 3 ont davantage de talent pour le blues, tandis que les agents dans la table 4 ont un talent égal pour le jazz et le blues. La probabilité est que les agents esthétiques vont différer en talent. Le talent esthétique fait dans une certaine mesure partie de l'équipement inné d'un agent et il reflète aussi les compétences non esthétiques qu'il a développées. Certains sont nés avec un talent certain pour le ballet ; et un talent certain pour le ballet est un effet secondaire de l'entraînement en gymnastique. Par contraste, les êtres humains possèdent un talent égal pour conduire à droite et pour conduire à gauche, et ils possèdent un talent égal pour parler anglais et pour parler tagalog. En oubliant ce qui fait la particularité de cas comme ceux-ci, nous tendons à rechercher des conventions pour expliquer rationnellement les faits culturels. En particulier, les sociologues qui travaillent dans la tradition dénommée *production culturelle* comprennent les pratiques esthétiques comme impliquant des conventions qui « rendent possible la coordination efficace et facile de l'activité entre artistes et personnel associé²⁶ ».

De vastes contrées de la culture esthétique s'organisent autour de la sorte d'agencement social qui engendre des tendances. Si, comme y ont

26 Howard S. Becker, *Art Worlds*, Berkeley, University of California Press, 2008, p. 30, voir aussi p. 1-9, p. 56, p. 369-370 ; *id.*, *Les Mondes de l'art* [1988], trad. Jeanne Bouniort, Paris, Flammarion, coll. « Champs Art », 2010.

insisté Hume et Egan, il nous arrive de prospérer en nous adaptant, alors nous avons quelquefois raison de nous adapter. Une manière de nous adapter consiste à imiter d'autres gens qui engendrent une tendance, donc nous avons quelquefois raison de suivre les tendances en imitant les autres²⁷. Les tendances qui focalisent l'attention sont des tendances en matière de choix des consommateurs. L'étude des tendances imitatives qui a fait date portait sur la mode des mini-jupes au début des années 1960²⁸. Toutefois, il existe également des tendances quant aux compétences à développer – prenez simplement les tendances dans les livres de cuisine (Julia Child est de retour) et les contenus *comment faire tendance* sur YouTube.

204

Les tendances exploitent une division particulière du travail à double sens. Une population importante d'agents a raison de suivre n'importe quelle tendance dans un nombre de tendances possibles. Ce sont les suiveurs. En complément, on trouve une population plus restreinte de lanceurs de tendances qui ont raison d'avoir des suiveurs. La table 5 représente un scénario dans lequel se développe une tendance à déployer une compétence esthétique dans le brassage de bière. L'art du brassage comporte une gamme de compétences esthétiques : non seulement brasser et consommer mais également associer à la nourriture, faire la promotion, servir, faire pousser le houblon, publier des revues de presse, et ainsi de suite. Les lanceurs de tendances et les suiveurs peuvent se spécialiser dans l'une quelconque de ces tâches. Pour des motifs de simplicité, prenons le cas des maîtres brasseurs. Feignons également qu'il n'y ait que deux sortes de bières, houblonnées et maltées. Dans la table 5, un brasseur qui est un suiveur trouve ses meilleures conditions pour un accomplissement s'il perfectionne son habileté à brasser les bières maltées alors que le brasseur qui est lanceur de tendances trouve ses meilleures conditions pour un accomplissement s'il perfectionne son

27 David K. Lewis, *Convention: A Philosophical Study*, *op. cit.*, p. 120; James S. Coleman, *Foundations of Social Theory*, Cambridge, Harvard UP, 1990, p. 230-237; Cristina Bicchieri, *The Grammar of Society: The Nature and Dynamics of Social Norms*, *op. cit.*, p. 31-34.

28 Cristina Bicchieri, *The Grammar of Society*, *op. cit.*, p. 31-33.

habileté à brasser des bières blondes américaines et indiennes²⁹. Dans le même temps, toutefois, le succès de chaque agent dépend en partie de ce que leur brassage est tendance. Le suiveur échoue totalement dans l'usage qu'il fait de sa compétence s'il ne brasse pas en phase avec la tendance. Le lanceur de tendance réussit plus lorsqu'il a des suiveurs. Comme les conventions, les schémas d'imitation sont des agencements sociaux qui contribuent à une explication rationnelle de la structure de la culture esthétique.

Table 5. Imitation esthétique

	Bières houblonnées	Bières maltées
Lanceurs de tendance		
Bières houblonnées	1,2	0,1
Suiveurs		
Bières maltées	0,1	3,1

Un dernier type de scénario ouvre la voie à des sanctions sociales affectant le développement de la compétence esthétique. La table 6 représente une version esthétique du dilemme du prisonnier. Les architectes et les constructeurs doivent acquérir des compétences telles que les constructeurs puissent les exploiter bien pour construire ce que les architectes conçoivent, et que les architectes puissent spécifier ce qui relève des capacités propres aux constructeurs. Étant en prise sur leurs environnements familiers, les constructeurs ont la meilleure chance de succès relative à la compétence lorsqu'ils se servent de formes et de matériaux relevant du style local (par exemple des toits à pignon, le revêtement à bardeau en cèdre). Étant en prise sur le grand style international, les architectes ont la meilleure chance de succès relative à la compétence lorsqu'ils se servent de formes et de matériaux de style brutaliste (par exemple des toits plats et du béton coulé). Un désastre les atteint conjointement si tous deux apprennent ce qui leur donne leurs meilleures chances d'accomplissement individuel. Les architectes apprendront à spécifier les schémas brutalistes en béton coulé tandis que

29 APA (American Pale Ale) et IPA (Indian Pale Ale) qui sont toutes deux houblonnées (la seconde ayant été développée par les Anglais pour les besoins de l'exportation de bière en Inde dans des conditions de conservation optimale). (NdT)

les constructeurs affineront leurs capacités dans le revêtement à bardeau, et nous les tiendrons responsables de nos toits qui prennent l'eau sur leurs deux maisons. Ils pourraient faire un compromis et apprendre tous deux à pratiquer le modernisme modifié³⁰. En pratiquant ce modernisme modifié, ils éviteraient le désastre mais aucun des deux n'optimiserait ses chances d'accomplissement individuel. Si l'un et l'autre font ce qu'ils ont la meilleure raison de faire, c'est-à-dire optimiser leur accomplissement individuel, le désastre se produira.

Table 6. Version esthétique du dilemme du prisonnier

	Modernisme modifié	Brutalisme
Architectes		
Modernisme modifié	1,1	0,2
Constructeurs		
Style local	2,0	0,0

206

Pourquoi gâcher le potentiel de gain conjoint qui est à portée de main lorsque tous deux apprennent les formes et les matériaux du modernisme modifié? En faisant un compromis, chacun est capable d'éviter le désastre et d'atteindre un accomplissement substantiel, bien que non maximal. Dans certains scénarios, les agents esthétiques ont raison de se conformer à des agencements sociaux qui garantissent que les compétences convergent pour engendrer des gains conjoints et éviter le désastre. Par exemple ils ont raison de présenter le modernisme modifié comme obligatoire, comme résultant d'un décret divin, ou comme naturel et inévitable, si bien qu'il devient tabou de concevoir ou de construire quoi que ce soit d'autre. Ils ont raison de dédaigner tous ceux qui ne s'alignent pas et de récompenser ceux qui le font.

Ces scénarios sont des esquisses très stylisées qui montrent comment les raisons que donnent les agents esthétiques pour agir de toute façon peuvent être des raisons pour eux de se conformer à des cultures esthétiques qui partagent et distribuent leurs compétences esthétiques et de les étayer. Enlever une dimension de la stylisation, celle qui est temporelle, augmente leur pouvoir explicatif. Les tables 2 à 6 sont statiques. En fait, les agents prennent appui sur les améliorations acquises

30 David Smiley, « Making the Modified Modern », *Perspecta*, n° 32, 2001, p. 39-54.

en matière de compétences, en tirant avantage de la transmission culturelle. D'une génération à l'autre, nous observons une spécialisation croissante, sauf lorsque des perturbations dans la transmission culturelle marquent le retour à une sombre époque.

Au fil du temps, les compétences esthétiques tendent à s'individualiser toujours plus finement. Prenez la parfaite maîtrise d'un instrument musical. Que quelqu'un dispose d'une maîtrise parfaite du violon ne signifie plus qu'il peut jouer n'importe quelle sorte de musique pour violon. On pourrait être tenté d'insister sur le fait qu'un violoniste est simplement compétent pour le violon mais qu'il n'a pas appris toutes les manières d'en jouer. Une manière de jouer du violon n'est toutefois qu'une aptitude qui a été affinée. Les compétences pour jouer du violon en musique country et en musique carnatique sont des espèces dans la compétence générique du jeu du violon. L'enjeu est que les spécialistes doivent coordonner des compétences individualisées de manière fine. Les Dixie Chicks ne font pas appel à L. Subramaniam pour remplacer Martie Maguire lorsqu'elle a la grippe. Le groupe a besoin de quelqu'un de compétent pour jouer de la country, qui est un style bien particulier de jeu de violon. En apprenant un nouveau style de jeu, un violoniste s'adapte à une autre espèce esthétique. Ils apprennent quelles manières de jouer produisent quelles valeurs esthétiques pour être en mesure d'interagir avec d'autres.

La tâche consistait à élucider en quoi les raisons qu'ont des agents d'agir ainsi explique rationnellement trois observations relatives à la structure de la culture esthétique. Les agents ont raison d'agir en conformité avec des réseaux de spécialisation qui stimulent leur potentiel pour viser un accomplissement individuel et du même coup conjoint, et d'étayer ces réseaux. Les agents esthétiques opèrent sur des éléments qui présentent un intérêt esthétique, mais ils opèrent également les uns sur les autres. Plus particulièrement, ils opèrent sur des éléments qui présentent un intérêt esthétique parce qu'ils opèrent les uns sur les autres, et ils opèrent les uns sur les autres en opérant sur des éléments qui présentent un intérêt esthétique.

Les valeurs esthétiques figurent dans des raisons esthétiques, lesquelles sont pour des agents des raisons d'agir et par là des raisons d'infléchir leurs compétences en fonction du succès. Jusqu'à présent, on a toujours pensé que V est une valeur esthétique seulement si le fait qu'un certain x est V donne du poids à la proposition que ce serait un accomplissement esthétique pour A de faire l'activité ϕ dans un certain C . Fonctionner sur la base de cette idée a conduit à une explication rationnelle de la manière de structurer la culture esthétique en espèces esthétiques dans lesquelles les agents réalisent toute une gamme d'actes-type, telle que les espèces et les actes-type interagissent.

208

La théorie de la valeur esthétique comme réseau décompose C pour rendre explicites les ressources explicatives de la théorie

nécessairement, V est une valeur esthétique seulement si le fait qu'un certain x est V donne du poids à la proposition que ce serait un accomplissement esthétique pour A de faire l'activité ϕ , où x est un élément appartenant à K et où la compétence de A à faire ϕ est en accord avec K . Ainsi énoncée, la théorie est partielle, ne répondant qu'à la question normative. Des conditions additionnelles pourraient préciser ce qui fait de V une valeur qui est esthétique de façon caractéristique.

L'argument en faveur de la théorie de la valeur esthétique comme réseau est abductif. C'est-à-dire que la théorie donne de meilleurs résultats que ses concurrentes pour expliquer des observations précises sur la culture esthétique. Mais il reste toutefois beaucoup de travail à faire. Que sont exactement les espèces esthétiques? Que sont les composants de la compétence esthétique et comment la compétence esthétique s'accorde-t-elle avec les espèces esthétiques? Et de fait, comment les réponses à ces questions en appellent-elles à des valeurs ou des raisons esthétiques? Soulever ces questions a exigé un autre travail, à une autre occasion³¹. Avant de terminer, un souci persiste au sujet de l'argument abductif.

31 Dominic Mc Iver Lopes, *Being For Beauty: Aesthetic Agency and Value*, Oxford, OUP, 2018.

COOPÉRATION VS COMPÉTITION

La structure de la culture esthétique est un produit des interactions entre agents esthétiques individuels qui rend possible et élargit leur action. De manière surprenante, les deux affirmations sont controversées dans les sciences sociales, bien qu'elles commencent à gagner des partisans³².

De nombreux anthropologues et sociologues cherchent à expliquer la structure de la culture esthétique par homologie avec d'autres modèles culturels qui portent sur ce qui est significatif pour un groupe³³. En dépit d'autres atouts qui sont en faveur de ces explications, ce ne sont pas des explications rationnelles. C'est-à-dire qu'elles ne font pas appel à l'inclusion de valeurs esthétiques dans les raisons que les agents ont de réaliser des actes. Qu'un élément présente des traits homologues aux traits d'éléments dans quelque autre domaine de la culture n'est pas un commencement de réponse à la question normative. Comme le remarque James Coleman, « l'absence d'un principe normatif explicite au niveau de l'individu [...] a retiré à la théorie sociologique la possibilité de faire des jugements normatifs³⁴ ». La supposition est ici qu'il est bon d'avoir une explication rationnelle des observations relatives à la culture esthétique.

Bourdieu³⁵ et ceux qui le suivent lancent un autre défi, plus direct, aux explications de la culture esthétique basées sur la coopération.

32 Voir Robert Witkin & Tia DeNora, « Aesthetic Materials and Aesthetic Agency », *Newsletter of the Sociology of Culture*, vol. 12, n°1, 1997, p. 1-6; Sophia Krzys Acord & Tia DeNora, « Culture and the Arts: From Art Worlds to Arts-in-Action », *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 619, n°1, 2008, p. 223-237; pour une théorie générale, voir James S. Coleman, *Foundations of Social Theory*, op. cit.; et Gary Alan Fine & Corey D. Fields, « Culture and Microsociology: The Anthill and the Veldt », *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 619, 2008, p. 130-148; Robert Layton, « Aesthetics: The Approach from Social Anthropology », dans *The Aesthetic Mind*, Elisabeth Schellekens & Peter Goldie (dir.), Oxford, OUP, 2011, p. 208-222.

33 Par exemple, Pierre Bourdieu, *Outline of a Theory of Practice*, Richard Nice (trad.), Cambridge, Cambridge UP, 1977; *id.*, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, Genève, Droz, 1972; Dorothy Koster Washburn, *Structure and Cognition in Art*, Cambridge, Cambridge UP, 1983.

34 James S. Coleman, *Foundations of Social Theory*, op. cit., p. 41.

35 Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, op. cit.

Selon Bourdieu, les agents dans des *champs* esthétiques différents rivalisent les uns avec les autres pour s'assurer un capital économique et culturel au sein d'une communauté. Par exemple, les musiciens populaires et leurs fans rivalisent pour s'assurer un capital économique et culturel avec les musiciens *élitistes* et leurs publics. Ainsi Bourdieu propose une explication de la stratification de la culture esthétique au niveau de l'agent en termes de compétition plutôt que de coopération.

210

Le défi est seulement apparent puisqu'il n'est pas nécessaire que la compétition exclue la coopération (Becker 2008, 373-481). Des agents qui rivalisent entre eux en réalisant le même acte-type peuvent simultanément coopérer avec des agents qui réalisent des actes-type différents. En réalité, la coopération entre des agents qui ont des spécialisations différentes peut être plus efficace précisément parce que les agents rivalisent à l'intérieur d'une spécialisation. Les conservateurs qui rivalisent entre eux doivent hausser leur niveau d'activité et cela bénéficie aux artistes dont ils présentent l'œuvre. En retour, la probabilité est plus forte que les artistes qui cherchent à se dépasser les uns les autres créent une œuvre qui s'expose bien, stimulant les perspectives d'une pleine réussite pour les conservateurs.

Lorsqu'il passe en revue les champs de l'art, Bourdieu ne voit que les artistes et les spectateurs, où l'interaction coopérative n'est pas très évidente (bien qu'elle soit là³⁶). Le soubassement coopératif de la culture esthétique risque d'être difficile à discerner aussi longtemps que nous pensons que les seuls actes esthétiques sont les actes d'appréciation, de contemplation ou d'attention intense, à quoi s'ajoutent les actes de produire des éléments qui procurent de l'appréciation, de la contemplation ou de l'attention intense. La même erreur explique une bonne part de l'attrait de l'hédonisme esthétique.

36 Voir Michael Fried, *Absorption and Theatricality: Painting and Beholder in the Age of Diderot*, *op. cit.* ; Michael Baxandall, *Patterns of Intention: On the Historical Explanation of Pictures*, New Haven, Yale UP, 1985 ; *id.*, *Formes de l'intention*, trad. Catherine Fraixe, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1991.

Tout le monde sait que les réalisations esthétiques prodigieuses des êtres humains de par le monde, depuis la décoration de la grotte Chauvet, n'auraient pu être le travail de gens opérant en solo. Seules certaines idées profondément enracinées sur la valeur esthétique pourraient inciter les philosophes à donner à ce fait si peu de poids dans leur théorisation.

traduction de
Jacques Morizot

Présentation des auteurs

Laure Blanc-Benon est maîtresse de conférences en philosophie à la faculté des Lettres de Sorbonne Université et membre du centre Victor Basch (EA 3552 « Métaphysique : Histoires, Transformations, Actualité »). Spécialisée en esthétique et philosophie de l'art, elle est l'auteure du livre *La Question du réalisme en peinture* (Vrin, coll. « Essais d'art et de philosophie », 2009) dans lequel elle interroge la notion de mimésis à nouveaux frais en partant du débat opposant Gombrich et Goodman sur la question de la ressemblance iconique. Elle a traduit *Understanding Pictures* de Dominic McIver Lopes sous le titre *Comprendre les images. Une théorie de la représentation iconique* (PUR, coll. « Æsthetica », 2014). Membre fondatrice du groupement de recherche internationale « Photographs: Perception and Change », elle conduit actuellement des recherches sur la photographie couleur et sur la question de l'enregistrement dans le cadre d'un livre en préparation sur l'image photographique.

Dominic McIver Lopes est professeur au département de philosophie de l'université de Colombie britannique (UBC) et ancien président de l'American Society for Aesthetics. Depuis *Understanding Pictures* (1996), ouvrage mondialement reconnu, les travaux de Dominic McIver Lopes portent principalement sur l'esthétique et notamment sur la valeur esthétique et épistémique des images, les nouvelles formes d'art, les théories de l'art, l'image photographique ou dernièrement la question de la valeur esthétique dans *Being for Beauty: Aesthetic Agency and Value* (OUP, 2018). Sa production intellectuelle est abondante et très commentée en anglais dans le champ esthétique. Seul le livre *Understanding Pictures* est traduit à ce jour en français, sous le titre *Comprendre les images*.

Jacques Morizot est professeur émérite et membre honoraire du CEPERC (Aix-Marseille Université, CNRS, UMR 7304). Spécialiste d'esthétique et philosophie de l'art, ses travaux sur l'image, la représentation et la question de la dépicition font autorité en France. Il s'intéresse également aux liens entre l'esthétique et d'autres secteurs de la philosophie et a interrogé le tournant cognitif en esthétique. Il est

notamment l'auteur de *Interfaces : texte et image* (PUR, 2004), de *Qu'est-ce qu'une image?* (Vrin, 2005), de *Goodman : modèles de la symbolisation avant la philosophie de l'art* (Vrin, 2012) et a dirigé l'ouvrage collectif *Naturaliser l'esthétique? Questions et enjeux d'un programme philosophique* (PUR, 2014). Il est connu pour avoir traduit *Langages de l'art* de Nelson Goodman en français et avoir introduit à sa pensée. Outre des articles de Jenefer Robinson, Dominic McIver Lopes, Richard Wollheim et John Hyman, il a également traduit récemment un recueil d'articles de Frank Sibley, sous le titre *Approche de l'esthétique* (Ithaque, 2018).

Frédéric Pouillaude est professeur en esthétique et théorie de l'art moderne et contemporain à Aix-Marseille Université (EA 3274 LESEA – Laboratoire d'études en sciences des arts) et membre honoraire de l'Institut universitaire de France. Spécialisé en esthétique et philosophie de l'art, ses travaux s'articulent autour de la philosophie de la danse et de l'esthétique du documentaire. Il est notamment l'auteur du livre *Le Désœuvrement chorégraphique* (Vrin, coll. « Essais d'art et de philosophie », 2009) dans lequel il interroge la difficulté qu'il y a à penser les pratiques chorégraphiques au moyen du concept d'œuvre. Ce livre a été traduit en anglais par Anna Pakes sous le titre *Unworking Choreography: The Notion of the Work in Dance* (OUP, coll. « Oxford Studies in Dance Theory », 2017). Avec Stefano Genetti et Chantal Lapeyre, il a également publié *Gestualités/textualités en danse contemporaine* (Hermann, 2018). Dans le cadre de ses recherches sur l'esthétique du documentaire, il a fait l'hypothèse de l'existence d'arts documentaires, et a publié avec Aline Caillet, *Un art documentaire. Enjeux esthétiques, politiques et éthiques* (PUR, coll. « Æsthetica », 2017). Il prépare actuellement un livre intitulé *Représentations factuelles. Art et pratiques documentaires*.

Nicolas Rialland est maître de conférences en philosophie à l'université de Rouen. Il est membre de l'ERAC (Normandie Université) et membre associé au Centre Victor Basch (Sorbonne Université). Il a d'abord travaillé à l'intersection de la philosophie de l'art, de la germanistique et de l'histoire de la philosophie. En consacrant sa thèse

(à paraître) à la traduction et au commentaire de la correspondance sur la tragédie entre Lessing, Mendelssohn et Nicolai au milieu du dix-huitième siècle, il a tâché d'écrire une genèse de l'esthétique qui établisse son origine dans l'importation de la tradition française de la théorie de l'art au sein de la métaphysique allemande (pour l'orientation générale de sa thèse, voir « Lessing et l'esthétique française », dans Andreas Beyer & Jean-Marie Valentin [dir.], *Lessing, la critique et les arts*, éditions de la Maison des sciences de l'Homme, 2014). C'est dans le même esprit de recontextualisation du kantisme qu'il s'est intéressé à sa postérité autrichienne, notamment en collaborant à la traduction des écrits esthétiques de Bolzano (voir Bernard Bolzano, *Écrits esthétiques*, éd. Carole Maigné & Jan Sebestik, Vrin, 2017). Aujourd'hui, il s'intéresse à la question de la définition de l'art, en travaillant à articuler l'approche philosophique et l'approche historique. C'est à cette fin qu'il s'est lancé dans la traduction du livre de Dominic McIver Lopes, *Beyond Art* (à paraître en 2020 aux PUR).

Index nominum

A

ACORD, Sophia Krzys 209.
 APPIAH, Anthony 140, 145.
 ARISTOTE 10, 122, 123, 173.
 ARMSTRONG, Carol Mary 164.

B

BATTEUX, Charles (abbé) 58, 124, 145.
 BAUDELAIRE, Charles 68.
 BAUMGARTEN, Alexander Gottlieb 18,
 123.
 BAXANDALL, Michael 182, 210.
 BEARDSLEY, Monroe Curtis 54, 60, 104,
 129, 137, 144, 145, 164-166, 191.
 BECKER, Howard S. 177, 203, 210.
 BERGERON, Vincent 128, 143, 145.
 BICCHIERI, Cristina 202, 204.
 BINKLEY, Timothy Glenn 131, 132, 145.
 BONZON, Roman P. 165.
 BOURDIEU, Pierre 139, 145, 160, 185,
 195.
 BROOKS, David 196.
 BRAND, Peggy Zeglin 128, 145, 146.
 BUDD, Malcolm 165, 166, 191.
 BURKE, Edmund 123.

C

CALLEN, Anthea 164.
 CARLSON, Allen 125, 145.
 CARROLL, Noël 53, 54, 132, 145, 197.
 CHAMBERS, Ephraim 123.
 CHATEAU, Dominique 61.
 COHEN, Ted 66.
 COLEMAN, James Samuel 204, 209.
 COPLAN, Amy 143, 146.
 CRISP, Roger 190.
 CURRIE, Gregory 72, 125, 140, 146.
 CURTLER, Hugh Mercer 104, 137.
 CUTTING, James E. 102, 139, 140, 146.

D

DANTO, Arthur Coleman 14, 54, 59, 67,
 104, 119, 121, 146, 190.
 DARWALL, Stephen L. 170.
 DAVIES, David 19, 125, 134, 135, 146.
 DAVIES, Stephen 52, 133.
 DELEUZE, Gilles 57.
 DENORA, Tia 209.
 DEVEREAUX, Mary 128, 146.
 DEWEY, John 59.
 DICKIE, George 14, 19, 54, 67, 131,
 137, 146, 160, 166, 191.
 DIDEROT, Denis 123, 192, 193.
 DODD, Julian 164.
 DUTTON, Denis 143, 146.
 DUVE, Thierry de 114.

E

EAGLETON, Terry 139, 146.
 EATON, Anne 128, 146.
 EATON, Marcia Muelder 191, 192.
 EGAN, Andy 193, 194, 204.
 ELSTER, Jon 171, 172.
 EVANS, Gareth 30, 32, 108.

F

FEAGIN, Susan Louise 128, 146, 166.
 FIELDS, Corey D. 209.
 FINE, Gary Alan 209.
 FODOR, Jerry Alan 53.
 FOOT, Philippa 155, 183.
 FRIED, Michael 79, 117, 192, 210.
 FRIEND, Stacie 135, 146.

G

GARTHWAITE, Craig Loren 158.
 GAUT, Berys Nigel 59, 143, 148.
 GENETTE, Gérard 62, 132, 145.
 GOLDIE, Peter Lawrence 125, 143, 146,
 148, 156, 164, 209.

GOLDMAN, Alan Harris 165, 166, 191,
194, 196.
GOMBRICH, Ernst Hans 105.
GONZALES, Richard 143, 147.
GOODMAN, Nelson 12-14, 25, 26, 29,
62, 103, 105, 134, 136, 144, 146, 147,
190.
GRACYK, Theodore 196.
GRECO, John 197.
GREENBERG, Clement 59.
GUYER, Paul 196.

H

HALL, Lars 141, 147.
HANSON, Louise 163.
HASLANGER, Sally Anne 177.
HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich 10.
HIRSTEIN, William 102.
HOPKINS, Robert 115.
HUME, David 20, 63, 123, 165-168,
191, 193.
HUTCHESON, Francis 123

I

ISEMINGER, Gary 60, 165, 166, 191.
ISENBERG, Arnold 19, 129, 130, 146.

J

JOHANSSON, Petter 141, 147.

K

KANT, Immanuel 10, 123, 188.
KIERAN, Matthew 125, 138, 140, 146,
148, 156, 165.
KIVY, Peter 67, 110, 119, 133, 147.
KNIGHT, Helen 197.
KORSGAARD, Christine Marion 170.
KORSMEYER, Carolyn 125, 128, 146,
147, 159.

KRISTELLER, Paul Oskar 10, 59, 123,
147, 159.
KWAN, Letty 143, 147, 178.

L

LAMARQUE, Peter V. 126, 127, 147.
LAYTON, Robert Hugh 209.
LEHRER, Keith Edward 62.
LEVINSON, Jerrold 14, 54, 63, 67, 100,
128, 133, 146, 147, 166-168, 191,
192, 194.
LEWIS, Clarence Irving 190, 191.
LEWIS, David Kellogg 177, 202, 204.
LIVINGSTONE, Margaret S. 124, 147.

M

MCGONIGAL, Andrew 156, 169.
MACINTYRE, Alasdair Chalmers 182.
MAES, Hans 128, 146.
MAGNUSSEN, Svein 177.
MASUDA, Takahiko 143, 147, 178.
MATTHEN, Mohan 143, 148, 191.
MELCHIONNE, Kevin 167, 196.
MESKIN, Aaron 125, 138, 140, 148.
MILLER, Richard William 191.
MITHEN, Steven 176.
MOORE, George Edward 63.
MOORE, Margaret 138, 148.
MORAVCSIK, Julius 143, 148.
MORTON, Adam 169, 197.
MOTHERSILL, Mary 110, 165, 166, 191.
MULVEY, Laura 139, 148.

N

NEHAMAS, Alexander 19, 130, 148, 191.
NISBETT, Richard E. 102, 103, 140, 141,
143, 147, 148, 178.
NOVITZ, David 60
NUSSBAUM, Martha Craven 19, 130,
148.

P _____

- PÄCHT, Otto 63
 PALMER, Steven 125, 128, 145, 148.
 PASSMORE, John A. 55.
 PHELAN, Mark 138, 148.
 PLATON 10, 18, 26, 122, 133, 147.
 PORTER, James I. 59.
 POUIVET, Roger 10, 62.

Q _____

- QUATREMÈRE DE QUINCY, Antoine
 Chrysostome Quatremère, *dit* 61.

R _____

- RAFFMAN, Diana 182.
 RAMACHANDRAN, Vilayanur S. 102.
 RAWLS, John 134, 148.
 REID, Thomas 123.
 RÉRA, Nathan 46.
 ROBINSON, Jenefer 143, 148.
 ROCHLITZ, Rainer 66.
 ROONEY, Kathleen 157.
 ROSS, Stephanie 165, 166, 194.

S _____

- SAINT VICTOR, Hugues de 123.
 SAID, Edward W. 164.
 SAITO, Yuriki 125, 148.
 SAUSSIER, Gilles 46, 48.
 SAVEDOFF, Barbara E. 117.
 SCHAEFFER, Jean-Marie 110, 122, 148.
 SCHELLEKENS, Elisabeth 125, 148, 209.
 SCHELLING, Thomas 202.
 SCHIER, Flint 26, 196.
 SCHOOLER, Jonathan W. 141, 149.
 SCHROEDER, Mark 170.
 SCRUTON, Roger Vernon 67, 70-72, 90.
 SEWELL, William 177.
 SHAFTESBURY, Anthony Ashley Cooper,
 troisième comte de 123, 159.

- SHARPE, Robert Augustus 197.
 SHELLEY, James 168, 179, 197.
 SHIMAMURA, Arthur P. 125, 128, 148.
 SHINER, Larry E. 123, 148.
 SIBLEY, Frank Noel 19, 62, 110, 133,
 134, 144, 148, 179-181.
 SLOTE, Michael Anthony 191.
 SMILEY, David 206.
 SOSA, Ernest 63, 173, 197.
 STECKER, Robert 162, 163, 165, 166,
 191.
 STEPHENS-DAVIDOWITZ, Seth 109.
 STANG, Nicholas Frederick 191.
 STRANDBERG, Caj 191.

T _____

- TALIAFERRO, Charles 165.
 TAYLOR, Richard 183.
 TOLSTOÏ, Lev Nikolaïevitch, *en fr*: Léon
 59.
 THOMASSON, Amie Lynn 125, 131, 142,
 148, 149.
 THOMSON, Judith Jarvis 61, 188.
 TORMEY, Alan 62.

U _____

- URMSON, James Opie 155.

V _____

- VOGT, Stine 177.

W _____

- WALTON, Kendall Lewis 19, 59, 72, 107,
 108, 110, 125, 131, 135, 136, 138,
 149, 165, 166, 179, 191.
 WASHBURN, Dorothy Koster 209.
 WEITZ, Morris 14, 59, 103.
 WILLIAMS, Bernard 170, 193-195.
 WILSON, Timothy D. 102, 103, 140,
 141, 148, 149.

WITKIN, Robert Winston 209.
WOLF, Susan Rose 155, 197.
WOLLHEIM, Richard Arthur 12, 51, 58,
59, 62, 100, 110, 126, 134, 144, 149,
161, 190.
WOODRUFF, David M. 155.

Z_____

ZAJONC, Robert Boleslaw 140, 149.
ZANGWILL, Nick 60, 125, 149, 179, 197.
ZEKI, Semir 124, 149.

CRÉDITS

222

Fig. 1 et 4 © Imagno/LA COLLECTION – **Fig. 2** © Popperfoto/Getty Images – **Fig. 3** © avec la courtoisie de Pioneer Project, ARC, et la NASA – **Fig. 5** © Lois Lammerhuber - Photoagentur Lammerhuber/LA COLLECTION – **Fig. 6** © Jean-Marc Bouju/AP/SIPA – **Fig. 7** © David Turnley/Corbis/VCG via Getty Images – **Fig. 8** © Bill Brandt Archive – **Fig. 9** © Centre Pompidou, MnAM-CCI, Dist. Rmn-Grand Palais/Philippe Migeat – **Fig. 10** © Estate of Douglas Huebler. Courtesy Paula Cooper Gallery, New York – **Fig. 11** © Gerhard Richter 2019 (0028) – **Fig. 12** Richard Mosse, avec la courtoisie de l'artiste et de la Jack Shainman Gallery, New York – **Fig. 13** © The Rubel Collection, Purchase, Ann Tenenbaum and Thomas H. Lee and Anonymous Gifts – **Fig. 14** © Shirine Gill

Les recherches iconographiques ont été effectuées avec la collaboration de l'agence LA COLLECTION.

TABLE DES MATIÈRES

Une nouvelle approche en esthétique et philosophie de l'art Laure Blanc-Benon	9
--	---

Première partie Art et philosophie des images

<i>Comprendre les images</i> et la question de la référence iconique Frédéric Pouillaude	25
<i>Beyond art</i> : Libérer l'art de son concept Jacques Morizot	51
<i>Four Arts of Photography</i> : Une nouvelle théorie de l'image photographique? Laure Blanc-Benon	67

Deuxième partie Questions de méthode

Un pluralisme méthodique. Réponse à Frédéric Pouillaude, Jacques Morizot et Laure Blanc-Benon Dominic McIver Lopes	99
Les trois dimensions de l'esthétique Dominic McIver Lopes	121

Troisième partie La valeur esthétique

Les Experts: des guides vers la valeur esthétique Dominic McIver Lopes	155
Beauté: le réseau social Dominic McIver Lopes	185
Présentation des auteurs	213
Index des auteurs	217
Crédits	221

