

Gilles Lipovetsky
Jean Serroy

L'ESTHÉTISATION DU MONDE



VIVRE À L'ÂGE DU CAPITALISME ARTISTE



Callimard
C'est tout de la publication

DES MÊMES AUTEURS

L'ÉCRAN GLOBAL. Culture-médias et cinéma à l'âge hypermoderne, Éditions du Seuil, coll. La couleur des idées, 2007 ; rééd. [nouveau sous-titre : Du cinéma au smartphone] coll. Points Essais, 2011

LA CULTURE-MONDE. Réponse à une société désorientée, Odile Jacob, coll. Penser la société, 2008.

Œuvres de Gilles Lipovetsky

L'ÈRE DU VIDE. Essai sur l'individualisme contemporain, Gallimard, coll. NRF Essais, 1983 ; rééd. coll. Folio Essais, 1989.

L'EMPIRE DE L'ÉPHÉMÈRE. La mode et son destin dans les sociétés modernes, Gallimard, coll. Bibliothèque des Sciences humaines, 1987 ; rééd. coll. Folio Essais, 1991.

LE CRÉPUSCULE DU DEVOIR. L'éthique indolore des nouveaux temps démocratiques, Gallimard, coll. NRF Essais, 1992 ; rééd. coll. Folio Essais, 2000.

LA TROISIÈME FEMME. Permanence et révolution du féminin, Gallimard, coll. NRF Essais, 1997 ; rééd. coll. Folio Essais, 2006.

LE LUXE ÉTERNEL. De l'âge du sacré au temps des marques (avec Elyette Roux), Gallimard, coll. Le Débat, 2003.

LES TEMPS HYPERMODERNES (avec la collaboration de Sébastien Charles), Grasset, coll. Nouveau collège de philosophie, 2004 ; rééd. LGF, coll. Le Livre de poche / Biblio Essais, 2006.

MÉTAMORPHOSES DE LA CULTURE LIBÉRALE. Éthique, médias, entreprise, Liber, 2005.

LE BONHEUR PARADOXAL. Essai sur la société d'hyperconsommation, Gallimard, coll. NRF Essais, 2006 ; rééd. coll. Folio Essais, 2009.

LA SOCIÉTÉ DE DÉCEPTION (entretien mené par Bertrand Richard), Textuel, coll. Conversations pour demain, 2006.

L'OCCIDENT MONDIALISÉ. Controverse sur la culture planétaire (avec Hervé Juvin), Grasset, coll. Nouveau collège de philosophie, 2010 ; rééd. LGF, coll. Le Livre de poche / Biblio Essais, 2011.

Œuvres de Jean Serroy en fin de volume.

L'ESTHÉTISATION DU MONDE

GILLES LIPOVETSKY
JEAN SERROY

L'ESTHÉTISATION
DU MONDE

VIVRE À L'ÂGE
DU CAPITALISME ARTISTE

nrf

GALLIMARD

© *Éditions Gallimard, 2013.*

Extrait de la publication

INTRODUCTION

Le capitalisme ne bénéficie pas, c'est le moins que l'on puisse dire, de la meilleure image qui soit. Si l'on dressait la liste des termes et jugements que l'on accole le plus fréquemment au libéralisme économique, tant dans l'opinion publique que chez nombre d'intellectuels, nul doute que ceux chargés de valeurs négatives l'emporteraient de beaucoup sur les plus positifs. C'était vrai hier, ce l'est encore aujourd'hui, même si les diatribes de l'anticapitalisme révolutionnaire ont perdu de leur ancienne crédibilité. Capable d'accroître les richesses, de produire et diffuser en abondance des biens de toutes sortes, le capitalisme n'y parvient qu'en générant des crises économiques et sociales profondes, en exacerbant les inégalités, en provoquant des catastrophes écologiques majeures, en réduisant la protection sociale, en anéantissant les capacités intellectuelles et morales, affectives et esthétiques des individus. Ne faisant siens que la rentabilité et le règne de l'argent, le capitalisme apparaît comme un rouleau compresseur ne respectant aucune tradition, ne vénérant aucun principe supérieur, qu'il soit éthique, culturel ou écologique. Système commandé par un impératif de profit n'ayant d'autre but que lui-même, l'économie libérale présente un aspect nihiliste dont les conséquences ne sont pas seulement le chômage et la précarisation du travail, les inéga-

lités sociales et les drames humains, mais aussi la disparition des formes harmonieuses de la vie, l'évanouissement du charme et de l'agrément de la vie en société : un processus que Bertrand de Jouvenel appelait « la perte d'aménité »¹. Richesse du monde, appauvrissement des existences ; triomphe du capital, liquidation des savoir-vivre ; surpuissance de la finance, « prolétarianisation » des modes de vie.

Le capitalisme apparaît ainsi comme un système incompatible avec une vie esthétique digne de ce nom, avec l'harmonie, la beauté, le bien vivre. L'économie libérale ruine les éléments poétiques de la vie sociale ; elle agence, sur toute la planète, les mêmes paysages urbains froids, monotones et sans âme, elle installe partout les mêmes franchises commerciales, homogénéisant les modèles des centres commerciaux, des lotissements, chaînes hôtelières, réseaux autoroutiers, quartiers résidentiels, sites balnéaires, aéroports : d'est en ouest, du nord au sud, on a le sentiment qu'ici c'est comme ailleurs. L'industrie crée de la camelote kitsch et ne cesse de lancer des produits jetables, interchangeables, insignifiants ; la publicité génère la « pollution visuelle » des espaces publics ; les médias vendent des programmes dominés par la bêtise, la vulgarité, le sexe, la violence, autrement dit « du temps de cerveau humain disponible »². Construisant des mégapoles chaotiques et asphyxiantes, mettant en danger l'écosystème, affadissant les sensations, condamnant les êtres à vivre comme des troupeaux standardisés dans un monde sans saveurs, le mode de production capitaliste est stigmatisé comme barbarie moderne qui appauvrit le sensible, comme ordre économique responsable de la dévastation du monde : il « enlaidit la terre entière », la rendant inhabitable à tous points de vue³. Le jugement est largement partagé : la dimension de la beauté recule, celle de la laideur s'étend. Le processus enclenché avec la révolution industrielle se poursuit inexorablement : c'est un monde plus disgracieux qui, jour après jour, se dessine.

Un tableau si implacable est-il sans faille ? Sommes-nous condamnés à l'accepter en bloc ? Si le règne de l'argent et de la cupidité a des effets indéniablement calamiteux sur le plan moral, social et économique, en va-t-il de même sur le plan proprement esthétique ? Le capitalisme se réduit-il à cette machine de déchéance esthétique et d'enlaidissement du monde ? L'hypertrophie des marchandises va-t-elle de pair avec l'atrophie de la vie sensible et des expériences esthétiques ? Comment penser le domaine esthétique à l'heure de l'expansion mondiale de l'économie de marché ? Autant de questions auxquelles nous nous proposons ici de répondre.

Les aspects ravageurs de l'économie libérale s'imposent avec une telle évidence qu'il ne saurait être question de les mettre en doute. Reste que des réalités plus amènes n'en existent pas moins qui invitent à remettre sur le métier ce qui se joue sur la scène du capitalisme de consommation sur-développé. Nous avons à radiographier un ordre économique dont les effets sont moins unidimensionnels, plus paradoxaux que ne l'affirment ses plus farouches contempteurs.

Au cours de son histoire séculaire, les logiques productives du système ont changé. Le temps n'est plus où production industrielle et culture renvoyaient à des univers séparés, radicalement inconciliables ; nous sommes au moment où les systèmes de production, de distribution et de consommation sont imprégnés, pénétrés, remodelés par des opérations de nature fondamentalement esthétique. Le style, la beauté, la mobilisation des goûts et des sensibilités s'imposent chaque jour davantage comme des impératifs stratégiques des marques : c'est un mode de production esthétique qui définit le capitalisme d'hyperconsommation. Dans les industries de consommation, le design, la mode, la publicité, la décoration, le cinéma, le show-business créent en masse des produits chargés de séduction, ils véhiculent des affects et de la sensi-

bilité, agençant un univers esthétique proliférant et hétérogène par l'éclectisme des styles qui s'y déploie. Avec l'esthétisation de l'économie, nous vivons dans un monde marqué par l'abondance de styles, de design, d'images, de narrations, de paysagisme, de spectacles, de musiques, de produits cosmétiques, de sites touristiques, de musées et d'expositions. Si le capitalisme engendre un monde « inhabitable » ou « le pire des mondes possibles »⁴, il est également à l'origine d'une véritable économie esthétique et d'une esthétisation de la vie quotidienne : partout le réel se construit comme une image en y intégrant une dimension esthétique-émotionnelle devenue centrale dans la compétition que se livrent les marques. Tel est ce que nous appelons le *capitalisme artiste* ou *créatif transesthétique*, lequel se caractérise par le poids grandissant des marchés de la sensibilité et du « *design process* », par un travail systématique de stylisation des biens et des lieux marchands, d'intégration généralisée de l'art, du « look » et de l'affect dans l'univers consumériste. Créant un paysage économique mondial chaotique tout en stylisant l'univers du quotidien, le capitalisme est moins un ogre dévorant ses propres enfants qu'un Janus à deux visages.

C'est ainsi que l'essor du capitalisme financier contemporain n'exclut aucunement la montée en puissance d'un capitalisme de type artiste en rupture avec le mode de régulation fordien de l'économie. Par là, il ne faut pas entendre un capitalisme qui, moins cynique ou moins agressif, tournerait le dos aux impératifs de rationalité comptable et de rentabilité maximale, mais un nouveau mode de fonctionnement exploitant rationnellement et de manière généralisée les dimensions esthétiques-imaginaires-émotionnelles à des fins de profit et de conquête des marchés. Il s'ensuit que nous sommes dans un cycle nouveau marqué par une relative différenciation des sphères économiques et esthétiques, par la dérégulation des distinctions entre l'économique et l'esthétique, l'industrie et le style, la mode et l'art, le divertissement

et le culturel, le commercial et le créatif, la culture de masse et la haute culture : désormais, dans les économies de l'hypermodernité, ces sphères s'hybrident, se mêlent, se court-circuitent, s'interpénètrent. Une logique de dé-différentiation qui est moins postmoderne qu'hypermoderne, tant elle s'inscrit dans la dynamique de fond des économies modernes se caractérisant par l'optimisation des résultats et le calcul systématique des coûts et des bénéfices. Paradoxe : plus s'impose l'exigence de rationalité chiffrée du capitalisme et plus celui-ci donne une importance de premier plan aux dimensions créatives, intuitives, émotionnelles. La profusion esthétique hypermoderne est fille des « eaux froides du calcul égoïste » (Marx), de la culture moderne de la rationalité instrumentale et de l'efficacité économique.

En ce sens, « l'arraisonnement » (Heidegger) est bien, plus que jamais, la loi du cosmos hypermoderne, à ceci près que la domination de la rationalité productive et marchande n'élimine nullement la poussée des logiques sensibles et intuitives, qualitatives et esthétiques. Et simultanément, l'uniformité planétaire du « tout calculer »⁵ ne doit pas occulter l'excroissance des créations à visée émotionnelle. La loi homogène de l'arraisonnement et de l'économisation du monde est ce qui conduit à une esthétisation sans limite en même temps que pluraliste, dépourvue d'unité et de critères consensuels. D'où la nouvelle phase de modernité qui nous caractérise : après le moment industriel productiviste, voici l'âge de l'hypermodernité, tout à la fois « réflexive »⁶ et émotionnelle-esthétique.

LES QUATRE ÂGES
DE L'ESTHÉTISATION DU MONDE

Avec le capitalisme artiste s'agence une forme inédite d'économie, de société et d'art dans l'Histoire. Sans doute, l'activité esthétique est-elle une dimension consubstantielle au monde humain-social dont Marx disait, dans ses écrits de jeunesse, qu'il se distingue de l'univers animal en ce qu'il ne peut être façonné sans prendre en compte « les lois de la beauté »⁷. Partout et toujours, y compris dans les sociétés « primitives » sans écriture, les hommes ont produit une multitude de phénomènes esthétiques dont témoignent les parures, peintures du corps, codes culinaires, objets sculptés, masques, coiffures, musiques, danses, fêtes, jeux, formes d'habitat. Point de société qui ne s'engage, d'une manière ou d'une autre, dans un travail de stylisation ou d'« artialisation »⁸ du monde, lequel est ce qui « singularise une époque ou une société »⁹ en effectuant l'humanisation et la socialisation des sens et des goûts.

Cette dimension anthropologique et transhistorique de l'activité esthétique apparaît toujours sous des formes et dans des structures sociales extrêmement différentes. Pour mettre en relief ce qu'a de spécifique l'esthétisation hypermoderne du monde, on adoptera, dans une optique panoramique, le point de vue de la très longue durée, en schématisant à l'extrême les logiques constitutives des grands modèles historiques du rapport de l'art avec le social. À cet égard, on peut mettre en relief quatre grands modèles « purs » qui ont organisé, au cours de l'histoire, le processus immémorial de stylisation du monde.

L'artialisation rituelle

Pendant des millénaires, les arts en vigueur dans les sociétés dites primitives n'ont nullement été créés dans une intention esthétique et en vue d'une consommation purement esthétique, « désintéressée » et gratuite, mais dans un but principalement rituel. Dans ces cultures, ce qui relève du style ne peut être détaché de l'organisation religieuse, magique, clanique et sexuelle. Insérées dans des systèmes collectifs qui leur donnent sens, les formes esthétiques ne sont pas des phénomènes à fonctionnement autonome et séparé : c'est la structuration sociale et religieuse qui partout règle le jeu des formes artistiques. On est dans des sociétés où les conventions esthétiques, l'organisation sociale et le religieux sont structurellement liés et indifférenciés. Traduisant l'organisation du cosmos, illustrant des mythes, exprimant la tribu, le clan, le sexe, rythmant les moments importants de la vie sociale, les masques, les coiffes, les peintures du visage et du corps, les sculptures, les danses ont d'abord une fonction et une valeur rituelles et religieuses.

Parce que l'art n'a pas d'existence séparée, il informe la totalité de la vie : prier, travailler, échanger, combattre, toutes ces activités comportent des dimensions esthétiques qui sont tout sauf futiles ou périphériques, tant elles sont nécessaires au succès des différentes opérations sociales et individuelles. La naissance, la mort, les rites de passage, la chasse, le mariage, la guerre donnent lieu partout à un travail d'artialisation fait de danses, de chants, de fétiches, de parures, de récits rituels strictement différenciés selon l'âge et le sexe. Artialisation dont les formes ne sont pas destinées à être admirées pour leur beauté, mais à donner des pouvoirs pratiques : guérir les maladies, contrecarrer les esprits négatifs, faire tomber la pluie, faire alliance avec les morts.

Nombre de ces objets rituels ne sont pas fabriqués pour être conservés : ils sont jetés, détruits après usage, ou bien repeints avant chaque nouvelle cérémonie. Point d'artistes professionnels illustres, point d'œuvres d'art « désintéressées », point même souvent de termes tels que « art », « esthétique », « beauté ». Et cependant, comme le soulignait Mauss, « l'importance du phénomène esthétique dans toutes les sociétés qui nous ont précédés est considérable »¹⁰.

Pareil contrôle du tout collectif sur les formes esthétiques n'exclut certes pas, dans telle ou telle circonstance, une certaine liberté de création ou d'expressivité individuelle. Mais ce sont là des phénomènes limités et ponctuels, tant les pratiques esthétiques, dans ces sociétés, sont foncièrement commandées par leurs fonctions culturelles et sociales s'accompagnant de règles extrêmement précises. Partout, les arts sont exécutés dans le respect de règles draconiennes et la fidélité à la tradition. Il ne s'agit pas d'innover et d'inventer de nouveaux codes mais d'obéir aux canons reçus des ancêtres ou des dieux. C'est une artialisation rituelle, traditionnelle, religieuse, qui a marqué le plus long moment de l'histoire des styles : une artialisation pré-réflexive, sans système de valeurs essentiellement artistiques, sans dessein esthétique spécifique et autonome.

L'esthétisation aristocratique

Héritier de l'Antiquité classique¹¹, que l'humanisme de la Renaissance réhabilite et revendique expressément, un deuxième moment se met en place à la sortie du Moyen Âge et s'étend jusqu'au XVIII^e siècle. Il constitue les prémices de la modernité esthétique avec l'avènement du statut d'artiste détaché de celui de l'artisan, avec l'idée du pouvoir créateur de l'artiste-génie signant ses œuvres, avec l'unification des

arts particuliers dans le concept unitaire d'art dans son sens moderne, s'appliquant à tous les beaux-arts, avec des œuvres destinées à plaire à un public fortuné et instruit et non plus simplement à communiquer les enseignements religieux et répondre aux exigences des dignitaires de l'Église. La mission proprement esthétique de l'art prend du relief, l'artiste devant s'efforcer d'éliminer toutes les imperfections et rechercher les images conformes à ce qu'il y a de plus beau, de plus harmonieux dans la nature. Avec l'émancipation progressive des artistes vis-à-vis des corporations, ceux-ci vont bénéficier, au travers de leurs contrats avec les commanditaires, d'une marge d'initiative inconnue jusqu'alors : l'aventure de l'autonomisation du domaine artistique et esthétique est en marche.

Ce moment séculaire est contemporain de la vie de cour, de l'apparition de la mode et de ses jeux d'élégance, des traités de « bonnes manières », mais aussi d'une architecture offrant l'image même du raffinement et de la grâce, d'un urbanisme d'inspiration esthétique, de jardins qui ressemblent à des tableaux avec terrasses, sculptures, plans d'eau, fontaines, vastes perspectives, destinés à charmer et émerveiller le regard. Non plus seulement la *commoditas*, mais la grâce des formes harmonieuses, le plaisir esthétique, la *venustas* (Alberti), dans des cités plaisantes, belles, « d'apparence délectable et d'aimable séjour » (Francesco di Giorgio Martini). Les artistes sont sollicités et conviés dans les cours européennes pour créer des décors magnifiques, embellir l'intérieur des châteaux et l'ordonnancement des parcs. Les églises, voulant séduire et attirer les fidèles, offrent, avec l'âge baroque, un spectacle théâtral à outrance avec des façades surchargées de sculptures, des structures qui disparaissent sous les ornements, des effets d'optique, des jeux d'ombre et de lumière, des baldaquins, tabernacles, chaires, ostensoirs, calices, ciboires abondamment décorés : tout un art exubérant se déploie pour créer un spectacle grandiose,

mettre en valeur la beauté du décor et la splendeur des ornements. Les monarques, les princes, les classes aristocratiques se lancent dans de grands travaux destinés à rendre leurs villes et leurs résidences plus admirables ; ils font édifier des châteaux marqués par l'élégance du style, ils construisent des palais, des hôtels, des villas somptueuses, entourés de parcs immenses peuplés de statues et confiés aux meilleurs architectes. Ils remodelent les villes selon un point de vue esthétique, créant des places composées de maisons aux façades harmonieuses et alignées, des rues offrant de grands effets de perspective : l'embellissement des villes est devenu un objectif politique majeur. S'impose un « art urbain », une mise en scène théâtrale de la ville et de la nature ennoblissant l'environnement habité et rehaussant le prestige, la magnificence, la gloire des rois et des princes.

À partir de la Renaissance, l'art, la beauté, les valeurs esthétiques ont acquis une valeur, une dignité, une importance sociale nouvelles dont témoignent l'aménagement urbain, les architectures, les jardins, le mobilier, les œuvres de cristal et de faïence, le nu en peinture et en sculpture, les idéaux d'harmonie et de proportion. Goût de l'art et volonté de stylisation du cadre de vie qui fonctionnent comme moyen d'auto-affirmation sociale, manière de marquer son rang et de rehausser le prestige des puissants. Pendant tout ce cycle, l'intense processus d'esthétisation (élégance, raffinement, grâce des formes) en vigueur dans les hautes sphères de la société n'est pas impulsé par des logiques économiques : il est sous-tendu par des logiques sociales, par les stratégies politiques de la théâtralisation du pouvoir, par l'impératif aristocratique de représentation sociale et le primat des compétitions pour le statut et le prestige constitutives des sociétés holistes où l'importance de la relation aux hommes l'emporte sur celle de la relation des hommes aux choses¹². L'éclipse de l'univers chevaleresque, le désarmement des grands seigneurs, la constitution d'une société et d'un homme

de cour, la laïcisation d'un certain nombre de valeurs ont rendu possible un processus élitaire de stylisation des formes, d'esthétisation des normes de vie et des goûts (raffinement des décors, intérêt croissant pour la musique, « belle galanterie », art de la conversation, élégance du langage et de la mode) : une première forme de société esthétique est née au cœur des sociétés aristocratiques d'Ancien Régime. L'incipit de *La Princesse de Clèves*, roman emblématique de cette société de cour et de cette « civilisation des mœurs »¹³, le constate comme une évidence : « La magnificence et la galanterie n'ont jamais paru en France avec tant d'éclat... »¹⁴

L'esthétisation moderne du monde

Le troisième grand moment historique organisant les rapports de l'art et de la société correspond à l'âge moderne en Occident. Trouvant son épanouissement à partir des XVIII^e et XIX^e siècles, il coïncide avec le développement d'une sphère artistique plus complexe, plus différenciée, s'affranchissant des anciens pouvoirs religieux et nobiliaires. Tandis que les artistes s'émancipent progressivement de la tutelle de l'Église, de l'aristocratie, puis de la commande bourgeoise, l'art s'impose comme un système à haut degré d'autonomie possédant ses instances de sélection et de consécration (académies, salons, théâtres, musées, marchands, collectionneurs, maisons d'édition, critiques, revues), ses lois, ses valeurs et ses principes propres de légitimité. À mesure que le champ de l'art s'autonomise, les artistes revendiquent haut et fort une liberté créatrice en vue d'œuvres n'ayant de compte à rendre qu'à elles-mêmes et ne se pliant plus aux demandes venant du « dehors ». Une émancipation sociale des artistes toute relative en ce qu'elle s'est accompagnée d'une dépen-

dance d'un nouveau genre, la dépendance économique à l'égard des lois du marché.

Mais tandis que l'art proprement dit revendique son orgueilleuse souveraineté dans le mépris de l'argent et la haine du monde bourgeois, se constitue un « art commercial » qui, tourné vers la recherche du profit, le succès immédiat et temporaire, tend à devenir un monde économique comme les autres en s'adaptant aux demandes du public et en offrant des produits « sans risques », à obsolescence rapide. Tout oppose ces deux univers de l'art : leur esthétique, leurs publics, aussi bien que leur rapport à « l'économique ». L'âge moderne s'est agencé dans l'opposition radicale entre l'art et le commercial, la culture et l'industrie, l'art et le divertissement, le pur et l'impur, l'authentique et le kitsch, l'art d'élite et la culture de masse, les avant-gardes et les institutions. Un système de deux modes antagonistes de production, de circulation et de consécration, qui s'est développé pour l'essentiel dans les seules limites du monde occidental.

Cette configuration sociale-historique apporte avec elle un bouleversement général des valeurs, l'art se trouvant investi d'une mission plus haute que jamais. À la fin du XVIII^e siècle, Schiller affirme que c'est par l'éducation esthétique et la pratique des arts que l'humanité peut avancer vers la liberté, la raison et le Bien. Et pour les romantiques allemands, le beau, voie d'accès à l'Absolu, est placé, avec l'art, au sommet de la hiérarchie des valeurs. L'âge moderne a constitué le cadre dans lequel s'est effectuée une exceptionnelle sacralisation de la poésie et de l'art, seuls reconnus capables d'exprimer les vérités les plus fondamentales de la vie et du monde. Tandis que dans la foulée du criticisme kantien, la philosophie doit renoncer à révéler l'Absolu et que la science doit se contenter d'énoncer les lois de l'apparence phénoménale des choses, on attribue à l'art le pouvoir de faire connaître et contempler l'essence même du monde. Désormais, l'art est placé au-dessus de la société, dessinant

un pouvoir spirituel laïque nouveau. Non plus une sphère destinée à offrir de l'agrément mais ce qui révèle les vérités ultimes qui échappent à la science et à la philosophie : un accès à l'Absolu en même temps qu'un nouvel instrument de salut. Le poète concurrence le prêtre et prend sa place en matière de dévoilement ultime de l'être¹⁵ : la sécularisation du monde a été le tremplin de la religion moderne de l'art¹⁶.

Sacralisation de l'art qui s'illustre aussi bien dans l'invention et le développement de l'institution muséale. En extrayant les œuvres de leur contexte culturel d'origine, en les coupant de leur usage traditionnel et religieux, en ne les limitant plus à l'usage privé et à la collection personnelle mais en les offrant au regard de tous, le musée met en scène leur valeur proprement esthétique, universelle et intemporelle ; il transforme des objets pratiques ou cultuels en objets esthétiques devant être admirés, contemplés pour eux-mêmes, pour leur beauté défiant le temps. Lieu de révélation esthétique destiné à faire connaître des œuvres uniques, irremplaçables, inaliénables, le musée a charge de les rendre immortelles. Tandis qu'il désacralise les objets culturels, il les dote en retour d'un statut quasi religieux, les chefs-d'œuvre devant être isolés, protégés, restaurés, en tant que témoins du génie créatif de l'humanité. Espace de fétichisation voué à l'élévation spirituelle du public démocratique, le musée est empreint de rites, de solennité, d'un certain climat sacré (silence, recueillement, contemplation) : il s'impose comme temple laïc de l'art¹⁷.

L'art est censé procurer l'extase de l'infiniment grand et de l'infiniment beau, faire contempler la perfection, autrement dit ouvrir les portes de l'expérience de l'absolu, d'un au-delà de la vie ordinaire. Il est devenu le lieu et la voie même de la vie idéale autrefois dévolue à la religion¹⁸. Rien n'est plus haut, plus précieux, plus sublime que l'art, lequel permet, grâce à la splendeur qu'il produit, de supporter la hideur du monde et la médiocrité de l'existence. L'esthétici-

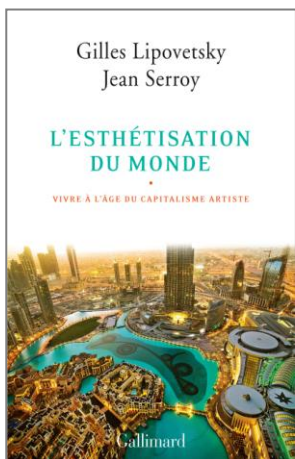
que s'est substituée à la religion et à l'éthique : la vie ne vaut que par la beauté, divers artistes affirmant la nécessité de sacrifier vie matérielle, vie politique et familiale à la vocation artiste : il s'agit pour eux de vivre pour l'art, de vouer leur existence à sa grandeur.

Affirmant leur autonomie, les artistes modernes s'insurgent contre les conventions, investissent sans cesse de nouveaux objets, s'approprient tous les éléments du réel à des fins purement esthétiques. S'est ainsi imposé le droit de tout styliser, de tout transmuier en œuvre d'art, fût-ce le médiocre, le trivial, l'indigne, les machines, les collages résultant du hasard, l'espace urbain : l'âge de l'égalité démocratique a rendu possible l'affirmation de l'égale dignité esthétique de tous les sujets, la liberté souveraine des artistes de qualifier d'art tout ce qu'ils créent et exposent. Face à la souveraineté absolue de l'artiste, il n'y a plus de réalité qui ne puisse être transformée en œuvre et perception esthétiques. Après Apollinaire et Marinetti, les surréalistes lancent le slogan « La poésie est partout ». Rompant avec toute fonction hétérogène de l'art, se construisant dans la transgression des codes et des hiérarchies établies, l'art moderne a mis en marche une dynamique d'esthétisation du monde sans limite, n'importe quel objet pouvant être traité d'un point de vue esthétique, être annexé, absorbé dans la sphère de l'art par la seule décision de l'artiste.

Mais l'ambition des artistes modernes a dépassé de beaucoup l'horizon exclusivement artistique. Avec les avant-gardes sont nées les nouvelles utopies de l'art, celui-ci ayant pour but ultime d'être un vecteur de transformation des conditions de vie et des mentalités, une force politique au service de la nouvelle société et de « l'homme nouveau ». En opposition à l'art pour l'art et au symbolisme, Breton déclare que c'est « une erreur de considérer l'art comme une fin » et Tatline proclame : « L'art est mort ! Vive l'art de la machine. » Refusant l'autonomie de l'art, ne reconnaissant aucune valeur

Œuvres de Jean Serroy

- ROMAN ET RÉALITÉ. Les Histoires comiques au XVII^e siècle, Minard, 1981.
- LA COMÉDIE À L'ÂGE CLASSIQUE (avec Michel Gilot), Belin, 1997.
- POÈTES FRANÇAIS DE L'ÂGE BAROQUE. Anthologie (1571-1677), Imprimerie nationale, coll. La Salamandre, 1999.
- LA DRÔME, 1900-1930. Mémoire d'hier, De Borée, 2001.
- ENTRE DEUX SIÈCLES. 20 ans de cinéma contemporain, La Martinière, 2006.
- LES FROMAGES DU FROMAGER (avec Bernard Mure-Ravaud), Glénat, coll. Le verre et l'assiette, 2009 ; nouvelle édition 2011.
- LES VINS DU RHÔNE. Côtes et vallée, Glénat, 2013.
- S'HABILLER COMME AU CINÉMA, La Martinière, 2013.



L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste Gilles Lipovetsky et Jean Serroy

Cette édition électronique du livre
L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste
de Gilles Lipovetsky et Jean Serroy
a été réalisée le 30 mai 2013
par les Éditions Gallimard.

Elle repose sur l'édition papier du même ouvrage
(ISBN : 9782070140794 - Numéro d'édition : 251014).

Code Sodis : N55119 - ISBN : 9782072487101

Numéro d'édition : 251017.