

Arts déco : mélancolie/économie

Raymond Montpetit

Gérard Bessette

Volume 1, Number 3, avril 1976

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/200043ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/200043ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Presses de l'Université du Québec

ISSN

0318-9201 (print)

1705-933X (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Montpetit, R. (1976). Arts déco : mélancolie/économie. *Voix et Images*, 1(3), 443–445. <https://doi.org/10.7202/200043ar>

Arts déco : mélancolie/économie

Au Musée d'art contemporain se tenait en février une exposition intitulée « Arts Déco 1925-1935 » ; moins qu'une critique des affiches, meubles ou objets divers exposés lors de cette manifestation, nous voudrions proposer ici quelques réflexions d'ordre général que nous suggère cet événement ; elles concernent essentiellement le statut de l'œuvre d'art, et son inscription à l'intérieur de l'ensemble des productions sociales.

Nous avons appris, depuis Duchamp et aussi depuis l'exploration et la diffusion d'ensembles culturels différents du nôtre (Occident industrialisé), que la définition d'une production en tant « qu'œuvre d'art » est un phénomène complexe qui ne va pas de soi ; de fait, il est possible de comprendre une bonne partie de l'évolution de l'histoire de l'art du *xx*^e siècle en termes d'un réaménagement progressif de notre notion d'art, qui s'est sans cesse élargie au contact (« après coup ») de productions (« avant-garde ») qui parurent de prime abord n'avoir en elles rien d'artistique, ou même qui explicitement se déclaraient « non-art ». Ce n'est pas l'intention du producteur qui est seule déterminante du statut artistique de sa production : si, comme l'affirme le mouvement « *art language* », ou encore comme la théorie des « instances sociales de légitimation » de P. Bourdieu le démontre, la reconnaissance de l'œuvre d'art implique bien quelque chose comme un « *speech act* » et un jugement prononcé, c'est souvent contre son gré ou malgré ses prétentions qu'une production se voit attribuer ou non le statut d'« art ». (Il faut d'ailleurs noter que la dichotomie « art/non-art » est médiatisée par le « mauvais art », à moins que, par définition, l'art soit toujours le réussi, et qu'il faille alors conclure que l'œuvre ratée n'est pas de l'art du tout.) Comment se surprendre que la réponse à la question du statut artistique en soit une non pas de nature, mais bien éminemment liée à l'état d'une culture à un moment donné de son histoire.

L'élargissement du concept d'art n'est pas seulement fonction des œuvres nouvelles qu'il doit intégrer dans son champ, mais aussi fonction de la relation qui s'établit entre le secteur des productions artistiques et les autres formes de productions. Au Québec particulièrement, les cinq dernières décennies ont vu s'effectuer une certaine redistribution des pouvoirs et des influences qui s'est faite essentiellement au détriment de la hiérarchie religieuse et des modes de production artisanale ; de même, l'industrialisation croissante entraîne la généralisation des schèmes culturels américains, et l'ouverture à ce qui se pose comme « art international ». C'est dans ce contexte, vers les années 1925-1945, que l'actuel et le moderne prennent figu-

re pour nous dans les productions américaines, alors que notre propre contexte fait à nos yeux figure d'archaïsme et de régionalisme, peu importe que cette région atteigne les frontières même de la collectivité francophone. Le seul art national alors possible est celui du terroir, celui qui puise à diverses souches folkloriques, et l'identification collective passe nécessairement par le passé. Fort de cette mystification, tout objet produit selon un mode de production qui n'est plus actuellement en vigueur, acquiert facilement un caractère d'art. L'on peut donc dire que le Québec a toujours pratiqué la mode du «*revival*» qui déferle présentement sur nous, et à laquelle se rattache une exposition comme «*Arts déco 1925-1935*», car nous avons eu une tendance tenace à définir l'artistique par l'archaïque et le traditionnel, l'art authentique devant répondre à la mélancolie de notre propre originalité.

Il est paradoxal en regardant aujourd'hui les objets «*arts déco*» qui se voulaient modernistes, de prendre conscience qu'ils sont maintenant valorisés dans une perspective de «*revival*» et de mélancolie. Notre hypothèse au sujet de cette récente valorisation est la suivante : si la nostalgie des origines nous est apparue, dans la collectivité québécoise, très fréquemment liée au statut d'art, cela n'est pas vrai dans le contexte culturel américain, et il nous faut alors chercher à expliquer cette généralisation d'une tendance qui, jusqu'à présent, était spécifique aux cultures submergées et dépassées par le progrès industriel et le modernisme des autres. Cette mode du «*revival*», incarnée par le style et les objets «*arts déco*» (mais aussi par le retour des chansons des années cinquante, des vieux films, des modes vestimentaires...) nous paraît un exemple propice à expliciter l'un des modes de relation qui relie l'état des forces économiques à l'évolution des formes artistiques.

Économiquement, les objets «*arts déco*» sont le résultat de ce qu'Adorno appelle la «*Kulturindustrie*», c'est-à-dire une exploitation systématique et planifiée des «*biens culturels*» à des fins commerciales : après avoir été inféodé pendant des siècles à l'instance religieuse et à ses appareils idéologiques, voilà que l'art est soumis à une nouvelle sujétion, celle de l'économie capitaliste de consommation. L'objet d'art se trouve alors intégré dans le circuit de l'offre et de la demande, de la création des besoins et du «*marketing*» (voir ce que dit à ce sujet Vance Packard dans *les Obsédés du standing*), où il prend place parmi les autres produits de luxe et marchandises dispendieuses consommés par quelques sous-groupes sociaux.

Un certain état économique est donc relié aux productions «*arts déco*», au niveau de ses conditions de possibilité ; mais la trace économique est aussi lisible dans la scission stylistique qui marque ces productions : les matériaux précieux et recherchés d'avant la dépression économique (1929), qui ont identifié l'art déco à une classe élitiste et ainsi rendu ses productions désirables aux yeux du plus grand nombre, doivent être remplacés après la dépression, par des matières moins nobles, mais qui rendent possi-

ble la fabrication en série qui seule peut exploiter adéquatement le désir que les premiers objets luxueux ont ouvert dans la population.

Que de tels objets aient incarné le désir des années 1925-1935 nous pouvons le comprendre, mais pourquoi redeviennent-ils aujourd'hui objets du désir contemporain ? La réponse nous semble de nouveau venir de l'économique : peut-être sont-ils, aux yeux de l'économie menacée qui prévaut depuis quelques années, le paradigme même d'un art heureux et en harmonie avec une conjoncture économique prospère. Le goût pour le passé récent et ses formes est dicté par l'état actuel des forces productives marqué par un nivellement de la croissance, une baisse de la consommation, une conscience nouvelle des facteurs polluants de toute productivité et de la rareté des sources énergétiques : au lieu d'encourager une consommation effrénée, voilà que l'on prône la réparation de ce qui peut encore servir, la réutilisation au lieu du remplacement et le recyclage des matières premières. Le « revival » ou le retour mélancolique aux formes d'hier, est le comportement culturel correspondant à cette économie du recyclage et de l'usagé ; n'est-il pas normal, une fois inscrit dans le circuit des marchandises et défini en tant que « Kulturindustrie » (à l'époque « arts déco »), que les objets d'art partagent le sort des autres produits du marché ?

« Arts Déco » a été rendu possible et a évolué à cause d'une certaine structure économique, il nous revient aujourd'hui à cause d'une autre. À plus d'un titre cette exposition est symptomatique du monde que nous vivons ou qui nous est fait.

Raymond Montpetit
