Rose-Marie Arbour et Francine Couture

Mme Couture est sociologue de l'art, Département d'histoire de l'Art, UQAM

(1999)

“Misères et grandeurs de l'art actuel et de la critique d'art dans les médias”

Un document produit en version numérique par Jean-Marie Tremblay, bénévole,
professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi

Courriel: jean-marie_tremblay@uqac.ca

Site web pédagogique : <http://www.uqac.ca/jmt-sociologue/>

Dans le cadre de la collection: "Les classiques des sciences sociales"

Site web: <http://classiques.uqac.ca/>

Une collection développée en collaboration avec la Bibliothèque
Paul-Émile-Boulet de l'Université du Québec à Chicoutimi

Site web: <http://bibliotheque.uqac.ca/>

Cette édition électronique a été réalisée par Jean-Marie Tremblay, bénévole, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi à partir de :

Rose-Marie Arbour et Francine Couture

Mme Couture est sociologue de l'art, Département d'histoire de l'Art, UQAM

“Misères et grandeurs de l'art actuel et de la critique d'art dans les médias”.

Un article publié dans la revue **Possibles**, Montréal, vol. 13, no 3, été 1999, pp. 61-74.

[Autorisation accordée le 6 janvier 2005 par Mme Francine Couture.]

Courriel:	Mme Francine Couture : couture.francine@uqam.ca
---	-----------	---

Polices de caractères utilisée :

Pour le texte: Times New Roman, 14 points.

Pour les citations : Times New Roman, 12 points.

Pour les notes de bas de page : Times New Roman, 12 points.

Édition électronique réalisée avec le traitement de textes Microsoft Word 2004 pour Macintosh.

Mise en page sur papier format : LETTRE (US letter), 8.5” x 11”)

Édition numérique réalisée le 9 décembre 2006 à Chicoutimi,
Ville de Saguenay, province de Québec, Canada.

Rose-Marie Arbour et Francine Couture

“Misères et grandeurs de l'art actuel
et de la critique d'art dans les médias”

Un article publié dans la revue **Possibles**, Montréal, vol. 13, no 3, été 1999, pp. 61-74.

Table des matières

[Introduction](#)

[L'art actuel et le *grand public*](#)

[La place des arts visuels dans les médias](#)

Rose-Marie Arbour et Francine Couture

**“Misères et grandeurs de l'art actuel
et de la critique d'art dans les médias”.**

Un article publié dans la revue **Possibles**, Montréal, vol. 13, no 3, été 1999, pp. 61-74.

Introduction

[Retour à la table des matières](#)

L'art actuel a-t-il besoin du *grand public* ? quel lien réel ou potentiel unit l'art actuel au *grand public* ? et s'il y a lieu, quelle est l'importance et aussi quelles sont les conditions d'exercice de la critique d'art dans les médias tels les journaux à grand tirage, la radio, la télé ?

Pour la énième fois nous nous sommes posé cette question, à l'occasion de ce numéro consacré aux médias et à l'information mais aussi nous nous la posons chaque jour, en ouvrant un journal et en examinant ce qui se dit sur - pour ou contre - tel livre, tel spectacle et plus particulièrement telle exposition d'œuvres d'art.

Si on cherche les ou plutôt la page ou la demi-page qui concerne les arts visuels dans un grand quotidien, on est rarement interpellé par les présentations toujours rapides qui en sont faites : œuvres, expositions, événements artistiques. Soit : une bonne information passe par un texte court mais condensé, succinct mais direct et précis. Aussi n'est-ce pas cette contingence propre à l'information médiatique qui nous préoccupe - la brièveté des textes - mais ce fait que l'espace alloué à la critique d'art dans les médias et conséquemment à l'art actuel, est toujours parcimonieux et inadéquat à l'activité artistique en cours.

L'art actuel et le *grand public*

[Retour à la table des matières](#)

Tout de go on pourrait faire un sort à l'art actuel en ce qui a trait plus généralement au lien existant entre ce dernier et le grand public en citant le galeriste René Blouin qui affirmait récemment lors d'une table ronde organisée sur des questions d'art actuel à l'UQAM en décembre dernier, qu'il pourrait fonctionner comme galerie tout en ouvrant ses portes sur rendez-vous seulement ; il pourrait ne plus être accessible au grand public contrairement à la plupart des galeries ouvertes du mardi ou du mercredi au samedi et même au dimanche. Ce qui était signifié là : le public auquel l'art actuel s'adresse est éminemment restreint et spécialisé, ce public spécialisé n'est pas à confondre avec le grand public.

Le grand public . La précaution prise en ajoutant ce grand et ces lettres en italique montre bien la difficulté, quand il s'agit d'art actuel, de parler de qui le reçoit ou s'y intéresse, en quels termes cet intérêt se manifeste-t-il : la contemplation esthétique ? la cogitation intellectuelle ? l'achat ?

Le public de l'art actuel n'est ni grand, ni véritablement diversifié. Le public de l'art actuel est un public restreint, constitué d'individus d'origines sociales certes diversifiées mais que relient entre eux des pratiques et des préoccupations professionnelles ou périphériques communes : artistes (le meilleur public de l'art actuel n'est-ce pas un autre artiste ?), collectionneurs et amateurs, critiques et historiens d'art, intervenants artistiques et culturels, étudiants... Et quelques fois des gens d'autres disciplines qui s'aventurent dans telle ou telle exposition « juste pour voir », afin d'évaluer les lieux potentiels d'échanges interdisciplinaires.

Public spécialisé et pourrait-on dire sans euphémisme public marginal et somme toute réduit par rapport au public du cinéma et même du théâtre. Pourtant quand on fréquente le milieu artistique, ce milieu apparaît dense, actif, les expositions sont nombreuses et souvent com-

plexes de par les questions d'ordre pratique et théorique qui s'y posent. Les artistes écrivent beaucoup plus qu'avant ; regarder un ensemble d'oeuvres dans une exposition, c'est aussi le plus souvent s'absorber pendant un bon moment dans la lecture d'un texte écrit par l'artiste et qui sert de préambule sinon de complément, du moins d'annexe conceptuelle, aux œuvres exposées.

Il est évident que la densité et l'activité qui caractérisent ce milieu - nous ne parlons ici que du milieu montréalais - ne signifie pas, comme conséquence, un débordement dans ou vers un plus grand public. Ou bien, s'il y en a, c'est à l'occasion une représentation médiatique de l'art contemporain - nous entendons par là les expositions *block buster* qui, à grand renfort de publicité, d'événements périphériques de toutes sortes (conférences, films, tee-shirts, sacs, cartes postales, affiches...), et surtout grâce aux commentaires qu'en donnent les audio-guides dans les musées, deviennent des spectacles à divertissement, des histoires qu'on se fait raconter à propos des oeuvres, à propos de la vie des artistes et de leurs intentions : Picasso, Miro, Borduas, Chagall...

La tension qui existe entre l'activité artistique comme divertissement et la production artistique comme objet hautement spécialisé est un phénomène qui date du XIX^e siècle avec l'avènement de la société industrielle dans les différents niveaux de la vie sociale. Cette tension n'est pas un phénomène nouveau : ce qui est nouveau c'est que depuis une vingtaine d'années on tente plutôt de l'amadouer, de l'occulter même et pourtant ne pourrait-on avancer sans crainte de dire une bêtise que cette tension est plus grande que jamais ?

En effet plus la pratique artistique est devenue autonome plus, par conséquent, elle s'est libérée des fonctions d'information et de communication qui en avait fait traditionnellement un lieu et un objet de rencontre et de consensus collectifs ; l'aventure de l'art du XX^e siècle s'est faite en terme de libération et d'autonomisation par rapport aux autres pratiques et par rapport au *grand public* justement : l'abstraction en art en fut à la fois le symbole et le paradigme, d'ailleurs brandis comme fanions de la modernité. De plus, la revendication d'espaces propres à l'art moderne, à l'artiste moderne, posait la question à savoir : l'art moderne a-t-il sa place dans la société capitaliste et industrielle ? or l'art moderne et l'art d'avant-garde allait à l'encontre, de par

sa fonction critique, des valeurs et des mécanismes de fonctionnement de cette même société. *Il* a été ainsi coupé du grand *public*. N'est-il pas en effet à l'antipode de la publicité, à l'antipode de cette activité qui pousse à la consommation des produits ? à l'antipode du divertissement qui constitue une part de plus en plus importante - du moins le dit-on - de la vie des gens ? En fait, quelle est l'adresse publique de l'art actuel ?

Livres, théâtre, cinéma, danse, musique : à des degrés divers, ces productions et activités artistiques et littéraires sont accessibles et achetables. Quant aux arts visuels, on peut certes aller les voir dans les galeries et les musées privés ou publics, mais qui peut les acquérir ? Là est la grande question qui explique en partie la réduction du public de l'art actuel et contemporain. C'est ici, à cette jonction de l'œuvre et de son acquéreur, que ce rétrécissement drastique du public des arts visuels se manifeste et se concrétise. Un film s'achète en allant le voir et en payant son billet à l'entrée du cinéma. Une peinture ne s'achète que lorsqu'on la paye et qu'on l'apporte chez soi. Il y a aussi une différence de prix non négligeable... Si on ne l'achète pas, on ne peut voir une oeuvre qu'en allant dans une galerie ou un musée et cela ne coûte rien ou si peu sauf du temps et beaucoup de disponibilité que peu de gens peuvent s'offrir. Encore que le tableau contemplé dans une galerie ne soit pas accessible à toute heure du jour comme l'est un livre sur une table de chevet...

Les arts visuels n'entrent pas dans la catégorie des spectacles : ils sont d'adresse privée. Quand ils deviennent spectacles c'est qu'une mise en scène les aura transformés : Borduas, Picasso... Cette spectacularisation est en grande partie construite selon les méthodes et processus propres aux médias et aux techniques médiatiques en montrant quelque chose *en train de* se faire, ici et maintenant, alors que l'espace habituel entre l'objet d'art -entendu dans un sens large - et le spectateur, est strictement d'ordre intime et individuel. Acte privé s'il en fut, regarder une oeuvre d'art, qu'elle soit bi ou tri dimensionnelle, abstraite ou pas, se fait toujours à titre individuel. Comme lire.

Les objets d'art transformés en spectacle intègrent ainsi une valeur de divertissement en s'adressant en même temps à plusieurs individus regroupés là et en même temps, dans un climat de réception propice

basé sur le partage, le consensus, l'échange. Mais rien au départ ne les définit dans l'ordre du spectacle ou du divertissement.

Enfin, de par sa nature, l'œuvre d'art ne convie pas le public à une rencontre avec un personnage réel ou fictif. Or les médias favorisent l'identification du public à la personnalité des vedettes : celles des comédiens, de certaines figures de cinéastes, d'écrivains, etc., ce qui, dans le domaine des arts visuels de notre scène locale, se passe rarement : quel ou quelle artiste fait actuellement figure de personnalité à laquelle on voudrait s'identifier ? alors qu'un Dutoit est publicisé à l'échelle d'une ville, peu de gens sont familiers avec la figure d'un Pellan, d'une Betty Goodwin, malgré toute la notoriété qu'on leur connaît. Qu'un Réjean Ducharme ait caché la sienne, cela est exceptionnel dans le monde littéraire mais cet anonymat est courant dans le domaine des arts visuels : l'objet d'art n'incite pas le public à chercher ni à dévoiler un personnage - qui par là aurait valeur publique et collective - que ce soit l'artiste ou un personnage de fiction.

L'expérience a été faite quelques fois dans les journaux (Voir, Le Devoir, La Presse) de mettre à l'avant la photographie de l'artiste plutôt que celle de son œuvre pour annoncer une exposition. L'effet a été immédiat : un public inusité et nombreux a visité les dites expositions, ce qu'aucune œuvre par elle-même n'aurait pu susciter.

La marge très mince laissée au *grand public* pour accéder à l'art actuel existe-t-elle encore et si oui où se situerait-elle ?

Non seulement l'art actuel s'adresse aux spécialistes du milieu de l'art mais ses lieux mêmes de diffusion et d'exposition se sont spécialisés : il y a une vingtaine d'années quand se sont ouvertes les galeries parallèles, les artistes ont pu se regrouper entre eux et délaisser le réseau des galeries commerciales afin de déployer d'une façon plus libre les démarches de plus en plus spécialisées qui étaient les leurs. L'écart entre un public spécialisé et un public élargi s'accentua davantage et l'art n'avait définitivement plus besoin du *grand public* pour exister.

Cette autonomisation rejoignait ce qui se passait dans les autres domaines des sciences humaines où chaque discipline se distinguait des autres et se manifestait dans sa singularité. L'art de moins en

moins n'avait à rendre compte de lui-même si ce n'est aux seuls spécialistes. C'est ainsi que, à la fin des années 60 au Québec, en particulier à Montréal, et dans l'ensemble des pays occidentaux, on a pu voir des jeunes artistes revendiquer un art sur *la place publique*, un art qui se fonde dans la temporalité événementielle des happenings, un art à résonance collective et même sociale. Le *grand public* était convoqué à vivre un événement utopique où art et jeu, art et vie quotidienne se confondaient. Alors, l'artiste revendiquait un rôle social. Serge Lemoyne et les nombreux groupes qui se manifestèrent dans la seconde partie des années 60, préconisaient non pas seulement l'éclatement des catégories disciplinaires mais celui de l'écart entre le public et les artistes. Mais cet éclatement fut rapidement résorbé par l'affectation de l'art actuel à des lieux spécialement désignés : Musée d'art contemporain (ouvert en 1964), galeries parallèles (correspondant à l'ouverture d'un service de l'aide aux galeries parallèles au Conseil des Arts au début des années 70). Ce moment de rétrécissement, de spécialisation des lieux de diffusion, correspondait à un processus d'intériorisation des valeurs privées et individuelles en arts visuels qui devinrent par la suite des valeurs dominantes.

* * *

Il n'est donc pas étonnant de souligner ici le peu d'espace alloué à la critique d'art dans les médias : cela ressort, à quelques exceptions près, de la nature même des arts visuels.

Or au public des spécialistes s'est ajouté depuis le début des années 80, un nouveau public pour l'art actuel, un public restreint de collectionneurs choisis parmi les experts de l'art mais aussi parmi un groupe d'individus privilégiés dont l'aisance économique leur permet d'acquérir des oeuvres d'art. Le récent développement d'un marché de l'art contemporain est une réponse aux pressions de l'État faites auprès des artistes et des responsables des lieux de diffusion afin qu'ils aillent chercher dans le secteur privé un support économique. Ces nouvelles conditions de l'art actuel qui désignent pour celui-ci un public de plus en plus restreint nous laissent donc croire que ce mode d'expression n'a pas besoin du *grand public* pour exister socialement. Pourquoi alors les médias supporteraient-ils l'existence d'une critique d'art destinée à un grand public à qui l'art actuel ne semble pas s'adresser ?

La place des arts visuels dans les médias

[Retour à la table des matières](#)

Nous avons rencontré des critiques d'art des médias, Claire Gravel du journal *Le Devoir*, Nathalie Caron du journal *Voir* et Gilles Daigneault qui anime l'émission *Présence de l'art* à Radi-Canada FM et qui a aussi été critique d'art au *Devoir*. L'entretien que nous avons eu avec eux a porté sur les conditions d'exercice de la critique d'art dans les médias ¹ et sur le peu de place qu'occupent les arts visuels dans les médias :

« À *Voir*, observe Nathalie Caron, les arts visuels n'occupent pas une très grande place. Il y a une section des arts visuels qui n'est pas tellement bien considérée parce qu'elle ne rapporte pas beaucoup de publicité. Parmi les personnes qui travaillent à *Voir* il y en a peu qui s'intéressent aux arts visuels. Les critiques d'art ont une position minoritaire au sein de l'équipe... Les arts visuels ont droit à trois premières pages par année tandis qu'aucune limite n'est imposée au cinéma. »

« Cette situation n'est pas gratuite, réplique Gilles Daigneault. On veut augmenter le tirage. On vous trois premières pages par année parce que les arts visuels ne sont pas rentables. Pour les responsables de *Voir*, le milieu des arts visuels n'existe pas. On a un exemple triste à citer pour illustrer ce propos. Lorsque Pellan est mort, les journaux auraient dû produire des cahiers spéciaux. Il y avait un géant qui mourait, un géant qu'on avait négligé depuis quinze ans. Moi, je parlerais de catastrophe actuellement pour caractériser la situation des arts visuels. On traverse une période très difficile. À *La Presse*, par exemple, il n'y a plus de critique d'art ; le milieu des arts visuels n'a rien dit au moment où Jean Dumont est parti. Au *Devoir*, la critique d'art est toujours reléguée dans les sections des spécialistes ; la *une* n'est presque jamais donné aux arts visuels. Ce serait la seule façon d'avoir un public plus grand puisque tout le monde lit la *une*. J'ai toujours

¹ Table ronde organisée par *Possibles* réunissant Claire Gravel, critique d'art au *Devoir*, Nathalie Caron, critique d'art à *Voir*, et Gilles Daigneault, critique d'art à Radio-Canada, février 1989.

dit que le grand responsable de la situation des arts visuels, c'est le milieu des arts visuels. C'est un tout petit milieu où tout le monde se connaît. Ces gens-là gueulent beaucoup mais dans des lieux où ils sont sûrs de ne pas se faire entendre par des personnes qui sont en dehors du milieu. »

Cette perception n'est toutefois pas partagée par Claire Gravel qui considère que :

« les arts visuels sont très couverts par *le Devoir*. C'est le journal où il y a la plus belle couverture. Il y a Lyne Crevier, Daniel Carrière, Marie Laurier qui couvrent les activités qui sont reliées aux arts visuels. Je me trouve tout à fait libre de commenter les expositions de mon choix... »

Gilles Daigneault fait aussi remarquer que la littérature dans les journaux est couverte par différents spécialistes du roman, de la poésie, de l'essai... tandis que ce n'est pas le cas pour les arts visuels. Le journal n'échappe pas à cette situation puisque, constate Nathalie Caron, « le même critique d'art commente la sculpture, l'installation, la performance, la vidéo ».

Les critiques d'art des médias sont conscients qu'ils doivent aussi se mesurer à la présence de plus en plus grande des revues spécialisées qui répondent aux attentes des publics de l'art actuel. Certaines de ces revues (*Parachute*, *Inter*, *Cahier des arts visuels*, *Esse*) s'adressent au public des experts de l'art, tandis que les autres périodiques culturels (*Vie des Arts*, etc.) sont le porte-parole des galeries d'art, des artistes et des critiques auprès des collectionneurs. Claire Gravel constate que « les revues spécialisées ne créent pas un nouveau public » et Gilles Daigneault affirme qu'« elles prêchent uniquement pour les convertis. Ce sont les gens qui vont voir les expositions qui vont lire la revue spécialisée ». Claire Gravel observe aussi que :

« des galeries n'attendent vraiment rien des médias, des journaux. Elles considèrent que c'est plus important que les expositions soient commentées par les revues spécialisées parce que ce n'est pas "monsieur tout le monde" qui achète des oeuvres d'art mais le musée, le Conseil des Arts, les grands collectionneurs qui eux lisent les revues spécialisées. »

Tout en soulignant que « certains intellectuels, universitaires méprisent la critique d'art des journaux », elle fait ressortir la double identité de la critique d'art journalistique qui, dit-elle :

« n'est pas tout à fait du journalisme, ni tout à fait de la critique d'art. Je ne peux pas vraiment être critique d'art parce qu'il faut que je présente plusieurs expositions dont certaines que je n'aime pas vraiment. Je ne peux me permettre d'être le Greenberg d'ici, de choisir simplement quelques artistes et toujours parler d'eux comme il l'a fait. Il faut quand même présenter les choses pour que les gens les connaissent, laisser de côté la critique pour dire ce qu'il en est de l'artiste, par où il est passé, écrire un petit peu un roman qui s'avale pour le lecteur d'un quotidien. On ne peut pas discuter jusqu'au bout d'une oeuvre... C'est difficile en trois pages et demie de présenter l'artiste, commenter les oeuvres et arriver à un retour critique. »

Claire Gravel constate aussi que dans les revues spécialisées, est utilisé « un certain métalangage, une certaine appropriation d'un schéma linguistique qui est appliqué au texte, au discours sur l'oeuvre » et qui ne peut être utilisé dans la critique d'art journalistique. Gilles Daigneault, par contre, n'est pas d'accord avec cette vision qui oppose la critique d'art des médias à celle des revues spécialisées.

« Je n'accepte pas cette dichotomie, dit-il. Dans *Voir*, j'ai lu le meilleur texte sur *La Trilogie du dragon* qui ait paru. Au *Devoir*, quand Robert Lévesque tapait un texte en toute vitesse, en pleine nuit sur une pièce de théâtre, il arrivait que c'était le texte qui faisait autorité pour les cinq années à venir. Il n'y a pas une différence de nature entre le fait d'écrire dans un journal ou dans une revue. il faut tenir compte des individus... Gilles Toupin a employé un métalangage pendant dix ans à *La Presse*, il s'est maintenu et tout le monde parlait de lui. Il existe aussi des métalangages dans d'autres disciplines et qui sont employés dans les journaux, en politique, en économie... »

Il reconnaît par contre que lorsqu'il était critique d'art au *Devoir*, la tâche était difficile lorsque, dit-il :

« Je ne pouvais disposer que de quatre feuillets et qu'il y avait onze bonnes expositions. C'était ma responsabilité d'en parler. Ce n'était pas possible que ces expositions n'aient même pas huit lignes qui disent qu'elles existent. »

Claire Gravel réplique en disant que c'est ce qu'elle a fait pendant longtemps.

« Je disais que telle exposition est bonne, qu'il faut y aller. Le discours analytique ou métalinguistique aura lieu dans trois mois. On a tout le temps. L'important, c'est que les gens aient vu l'exposition. Je le fais moins aujourd'hui. Je me dis que s'il y a moins de couvertures dans les journaux, que les gens se plaignent ! »

Le peu de d'espace dont dispose la chronique des arts visuels dans les journaux, la diversité des événements à commenter amènent les critiques d'art à privilégier la fonction informative de leurs textes et à secondariser leur fonction critique. Ils se perçoivent comme des médiateurs qui favorisent la communication ou la réalisation d'un contact entre le milieu de l'art actuel et le *grand public*. Par leurs commentaires ils veulent élargir le public de l'art contemporain en informant leurs lecteurs sur l'art actuel et en les incitant à visiter des expositions.

« Ce que je considère important, c'est d'amener les gens voir de l'art contemporain d'une certaine qualité, dit Claire Gravel. Je sais que je parle un langage du XIXe siècle quand je dis ça ; mais je pense que les critiques font tous des jugements de valeur sur un art contemporain qui se tient, qui est vraiment riche. En parler, amorcer les prémisses d'une discussion autour de ce travail-là, le juger, c'est le travail du critique. C'est évident que juger fait beaucoup de remous. Je lisais un texte de Marcelin Pleynet qui disait que les chroniqueurs d'art étaient des imbéciles de service. Dans un sens, on est un peu imbécile parce qu'on met des mots sur des choses sur lesquelles personne n'a jamais écrit ; on commence à nommer quelque chose. C'est une aventure dans laquelle souvent on peut avoir l'air effectivement d'être des imbéciles parce qu'on peut souvent se mettre les pieds dans les plats ou on risque de le faire en tout cas... C'est extraordinaire. Moi je trouve que c'est une aventure. »

La critique des arts visuels pratiquée dans les médias est sollicitée par une vision de la culture de plus en plus véhiculée par ceux-ci qui valorise surtout les pratiques artistiques relevant de la catégorie des spectacles, et par une conception de l'art actuel qui est celle de l'art autonome en rupture de ban avec le public élargi. Au nom de qui la critique d'art parle-t-elle ? Au nom du public des spécialistes qui pourtant

parfois doute de la qualité théorique de ses écrits ? Au nom des médias qui parfois mettent en question son vocabulaire jugé trop savant ? Les critiques d'art des quotidiens vivent donc des moments difficiles. Ils ne peuvent plus avoir les certitudes de certains collègues des années 60, qui, à une époque où l'organisation du milieu de l'art était moins complexe qu'aujourd'hui, commentaient les oeuvres au nom de leur appartenance à la société québécoise ; il leur arrivait de solliciter l'appui de toute la société afin que celle-ci supporte les pratiques artistiques novatrices. Revendiquant la reconnaissance d'un rôle social pour l'art, ils avaient la conviction que par leurs commentaires critiques, ils favorisaient l'accomplissement de cette reconnaissance en démontrant que les artistes, par leurs oeuvres, participaient à la définition des problématiques culturelles et sociales de leur collectivité.

Bien que la vie culturelle se soit transformée depuis ces années, il ne faudrait pas toutefois minimiser l'importance du rôle joué par la critique d'art dans les médias. Elle permet au grand public d'entrer en contact avec de nouveaux domaines d'expérience explorés par l'art. Elle rappelle au milieu de l'art qu'il ne doit pas s'isoler davantage et se refermer complètement sur lui-même. En commentant les manifestations artistiques, la critique d'art des médias peut ainsi participer à la réalisation d'un effet social de l'art qui peut se répercuter jusque dans les modes de vie du grand public.

Fin du texte