

Les sources du plaisir de l'art contemporain

Sources of pleasure in contemporary art

Las fuentes del placer del arte contemporáneo

Anne-Marie Émond, Lisandra Eick de Lima et Dominic Marin

Volume 43, numéro 1, printemps 2015

Vingt ans de recherche en éducation muséale

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1030180ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1030180ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Association canadienne d'éducation de langue française

ISSN

1916-8659 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Émond, A.-M., Eick de Lima, L. & Marin, D. (2015). Les sources du plaisir de l'art contemporain. *Éducation et francophonie*, 43(1), 45–62.
<https://doi.org/10.7202/1030180ar>

Résumé de l'article

L'avènement de l'art contemporain provoque une rupture par rapport aux autres formes d'art qui l'ont précédé, ce qui oblige la population à modifier son regard. Cette situation n'est pas sans conséquences puisque, comme le soulignent plusieurs chercheurs, dont des muséologues, éducateurs et théoriciens de l'art, l'art contemporain est à l'origine d'un malaise éprouvé par la population en général. Un groupe de recherche s'est intéressé à cette problématique et a mis sur pied, en 2006, un programme de recherche intitulé « Étudier et favoriser la réception de l'art contemporain auprès du grand public ». L'objectif principal de la recherche est de mieux comprendre la nature et les sources de ce malaise et, si possible, de le dissiper. Le projet du groupe se concentre non pas sur le rejet, mais sur les sources de plaisir que peut procurer l'appréciation de l'art contemporain. Présentant l'importance du plaisir dans l'exécution ou le déroulement d'une action, telle que la visite d'une exposition, le groupe de chercheurs a identifié les sources de plaisir qui peuvent émerger chez le grand public, à la suite du traitement d'oeuvres d'art contemporain dans un contexte muséal. Le présent article présente la typologie de ces sources de plaisir.

Les sources du plaisir de l'art contemporain

Anne-Marie ÉMOND

Université de Montréal, Québec, Canada

Lisandra EICK DE LIMA

Université de Montréal, Québec, Canada

Dominic MARIN

Université de Montréal, Québec, Canada

RÉSUMÉ

L'avènement de l'art contemporain provoque une rupture par rapport aux autres formes d'art qui l'ont précédé, ce qui oblige la population à modifier son regard. Cette situation n'est pas sans conséquences puisque, comme le soulignent plusieurs chercheurs, dont des muséologues, éducateurs et théoriciens de l'art, l'art contemporain est à l'origine d'un malaise éprouvé par la population en général. Un groupe de recherche s'est intéressé à cette problématique et a mis sur pied, en 2006, un programme de recherche intitulé « Étudier et favoriser la réception de l'art contemporain auprès du grand public ». L'objectif principal de la recherche est de mieux comprendre la nature et les sources de ce malaise et, si possible, de le dissiper. Le projet du groupe se concentre non pas sur le rejet, mais sur les sources de plaisir que peut procurer l'appréciation de l'art contemporain. Pressentant l'importance du plaisir dans l'exécution ou le déroulement d'une action, telle que la visite d'une exposition, le groupe de chercheurs a identifié les sources de plaisir qui peuvent émerger chez le grand public, à la suite du traitement d'œuvres d'art contemporain dans un contexte muséal. Le présent article présente la typologie de ces sources de plaisir.

ABSTRACT

Sources of pleasure in contemporary art

Anne-Marie ÉMOND
University of Montréal, Québec, Canada

Lisandra EICK DE LIMA
University of Montréal, Québec, Canada

Dominic MARIN
University of Montréal, Québec, Canada

The advent of contemporary art is leading to a rupture with preceding art forms, forcing the population to change its way of looking at art. This is not without consequences because as many researchers, including museologists, educators and art theorists, have pointed out, contemporary art is the source of a kind of uneasiness in the general population. A group of researchers took an interest in this issue and in 2006 launched a research program entitled "Studying and fostering the reception of contemporary art among the general public". The main objective was to better understand the nature and origins of this uneasiness and, if possible, to reduce it. The research project is not focused on the public's rejection of contemporary art, but rather on sources of pleasure the appreciation of contemporary art can offer. Sensing the importance of pleasure in the performance or continuity of an action, such as visiting an exhibition, the study identifies sources of pleasure that can emerge in the general public as a result of how works of contemporary art are presented in a museum context. This article presents the typology of these sources of pleasure.

RESUMEN

Las fuentes del placer del arte contemporáneo

Anne-Marie ÉMOND
Universidad de Montreal, Quebec, Canadá

Lisandra EICK DE LIMA
Universidad de Montreal, Quebec, Canadá

Dominic MARIN
Universidad de Montreal, Quebec, Canadá

La eclosión del arte contemporáneo provoca una ruptura en relación con otras formas de arte que le precede, lo que obliga a la gente a modificar su manera de ver

las cosas. No estamos ante una situación anodina pues, como lo subrayan varios especialistas, museólogos, educadores y teóricos del arte, el arte contemporáneo es el origen de un malestar resentido por la población en general. Un grupo de investigación se interesó en esta problemática y estableció, en 2006, un programa de investigación denominado: «Estudio y favorecimiento de la recepción del arte contemporáneo entre el gran público». El objetivo principal era comprender más cabalmente la naturaleza y las fuentes de dicho malestar y, en la medida de lo posible, atenuarlo. El proyecto de investigación se concentra no el rechazo, sino en las fuentes de placer que puede procurar la apreciación del arte contemporáneo. Al presentar la importancia del placer en la ejecución o el desarrollo de una acción, como la visita a una exposición, las fuentes de placer que puede surgir entre los asistentes, como consecuencia del tratamiento de las obras de arte contemporáneo en el contexto museístico, fueron identificadas. El presente artículo presenta la tipología de dichas fuentes de placer.

Introduction

De l'avis de plusieurs sociologues et théoriciens de l'art, la production d'art contemporain ainsi que les expositions consacrées à ce type d'art sont à l'origine d'un profond malaise chez le grand public (Abouddrar, 2000; Bernier, 2002; Davallon, 2002; Ruby, 2002; Ustinov, 2007). Celui-ci juge, entre autres, que ce type d'art est ennuyeux (Domecq, 1999), sans contenu (Céna, 1992) et, qui plus est, qu'il n'est régi par aucun critère esthétique (Baudrillard, 1996). L'art contemporain se trouve donc, bien souvent, tout simplement rejeté par ce grand public qui déclare n'y rien comprendre (Heinich, 1998). Cette constatation a amené, en 2006, la mise sur pied d'un programme de recherche intitulé «Étudier et favoriser la réception de l'art contemporain auprès du grand public¹».

Les résultats de la recherche confirment la très grande difficulté pour le grand public de traiter ce type d'art. Une analyse des données a permis de constater à quel point le rejet des œuvres d'art contemporain a un impact négatif sur le déroulement de l'expérience de visite, en diminuant le nombre d'œuvres traitées, la qualité des traitements et, surtout, en confortant le visiteur dans son opinion négative. Les données recueillies ont permis d'entrevoir, chez ce même visiteur, des moments où le rejet fait place à de l'acceptation, voire à du plaisir. Toutefois, étant principalement centrée sur l'analyse du rejet, cette recherche n'a pas permis de pleinement comprendre ni les causes ni les effets des sources du plaisir issu du traitement d'une

1. Dans le cadre de ce programme, la recherche intitulée «L'éducation muséale à la rencontre du visiteur: entre le rejet et l'acceptation de l'œuvre d'art contemporain» a reçu un appui financier du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (2006-2008).

œuvre d'art contemporain. Conscients de l'importance du plaisir comme facteur susceptible d'améliorer significativement la réception de l'art contemporain, il est apparu pertinent d'étudier les sources de plaisir qui permettent au visiteur de traiter l'œuvre, de façon à rendre son expérience de visite positive, au point de susciter chez lui le goût de revivre ce genre d'expérience. Ainsi, entre 2009 et 2014, une recherche intitulée « Le grand public et l'art contemporain : du rejet au plaisir » a été réalisée² dont le premier objectif était d'identifier les sources de plaisir exprimées par les visiteurs de type grand public lorsque ceux-ci appréciaient des œuvres d'art contemporain en contexte muséal. Les résultats sommaires de cette recherche, dont la présentation de la typologie des sources de plaisir, sont rapportés ici.

L'article comprend quatre parties. La première précise le contexte de la recherche, la deuxième décrit le cadre conceptuel et théorique basé sur une revue des écrits des 50 dernières années sur le plaisir. La troisième décrit la méthodologie, alors que la quatrième permet de présenter et de discuter des résultats, c'est-à-dire de la typologie des sources de plaisir que nous avons relevées dans le discours de nos visiteurs.

Contexte de la recherche

L'importance de l'art contemporain dans la société

L'art contemporain, au même titre que la production cinématographique ou littéraire, représente une portion significative de la production culturelle globale des sociétés modernes. Il suffit de constater le nombre impressionnant de nouvelles constructions muséales ou d'événements liés de près ou de loin à l'art contemporain pour réaliser que ce dernier est non seulement solidement implanté, mais aussi en pleine expansion (Crosbie, 2003). Comme en témoigne Arbour (1999), l'art contemporain « [...] fait bien partie de notre contexte culturel : il ne lui est étranger ni par les idées, les attitudes, les savoirs [...] [il fait bien] partie de "l'esprit du temps" » (p. 22).

Des indices que l'art contemporain peut être une source de plaisir

Étonnamment, malgré le profond malaise ressenti chez le grand public face à l'art contemporain, des institutions vouées à ce type d'art, tel le Musée d'art contemporain de Montréal (MACM), s'efforcent de satisfaire leurs fidèles amateurs pour qui les œuvres d'art contemporain constituent une véritable source d'émerveillement et de plaisir. De plus, année après année, on peut voir, comme en font foi les rapports annuels publiés par ces institutions, que leur clientèle augmente tant en fidélité qu'en nombre (MACM, 2010, 2011, 2012, 2013; Centre Georges-Pompidou, 2012).

Si l'intérêt pour l'art contemporain, chez de véritables amateurs, peut s'expliquer par l'acquisition de connaissances ou le développement d'habiletés particulières pour le traitement³ de ce type d'art, d'autres indices montrent que l'art contemporain peut

2. Cette recherche a reçu un appui financier du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada.

3. Il est important de souligner que le mot traitement est compris dans cette recherche comme étant une opération intellectuelle que le visiteur effectue en lien avec son foyer d'attention.

aussi être une source de plaisir chez des visiteurs de type grand public. En effet, les propos recueillis auprès de 150 étudiants universitaires, mis en présence de ce type d'art, ont permis de constater que certains d'entre eux font plusieurs commentaires du genre « Oh! Ça, j'aime ça! »; « C'est vraiment intéressant comme traitement! C'est bien pensé! » (Émond, 2005, 2007). De plus, les visiteurs qui s'expriment ainsi se disent plus enclins à vouloir prolonger leur expérience de visite, voire à la répéter. Il semble donc possible d'éprouver un certain plaisir pour ce type d'art, même lorsqu'on est un amateur ne possédant aucune connaissance ou habileté particulière dans le domaine de l'art contemporain. En effet, ayant une fréquentation muséale plus que réduite, et ne possédant aucune compétence particulière en matière d'art, les étudiants universitaires sélectionnés lors de cette précédente recherche peuvent être facilement considérés comme étant des visiteurs de type grand public. À la suite de ce constat, nous avons mis sur pied une étude visant l'identification des sources de plaisir révélées par des visiteurs non spécialistes dans le contexte d'un musée d'art contemporain.

Cadre conceptuel et théorique

Définitions de la notion de plaisir et de ses causes

Dans le cadre de cette étude, il importait de connaître la signification du plaisir, puisqu'il constitue le meilleur témoignage permettant d'identifier les moments où le visiteur a une réaction positive face à l'œuvre traitée. Il faut préciser ici que le plaisir fait référence à ce qui apparaît comme étant le plus susceptible de survenir chez des visiteurs de type grand public traitant de l'art contemporain, c'est-à-dire que l'on peut associer à la notion de bien-être, de contentement ou de satisfaction, auquel Larsen (2001) fait référence dans son étude sur le plaisir.

Étudiée depuis l'Antiquité (Lontrade, 2004; Schroeder, 2006), la signification du plaisir peut se définir de la façon suivante: une émotion positive (Larsen, 2001; Simha, 2004) qui résulte d'un engagement fondamental de l'individu dans ses actions (Lowen, 1976), résultant de causes physiques (Webb, 2002), affectives ou intellectuelles (Ginsborg, 2003) ou de l'ensemble de ces causes (Duncker, 1941). Diversiforme (Simha, 2004), le plaisir peut résulter aussi bien de ce qu'on accomplit, de la perception qu'on en a que de la compréhension à laquelle on accède (Dufrenne, 1953).

Dans le cadre de ses travaux, Le Bel (2000) présente deux résultats de recherche dont il faut impérativement tenir compte. Premièrement, il faut prendre en considération les différences entre les divers types de plaisir et, deuxièmement, en rechercher les causes. Il s'avère important de reconnaître non seulement l'ensemble des plaisirs pouvant survenir, à la suite de l'accomplissement d'une action, mais aussi l'ensemble des spécificités propres à chacune des sources de plaisir identifiées, puisque ces dernières permettent de démontrer une dynamique de comportement non décelée dans les études antérieures.

Les principales sources du plaisir

Les diverses formes que prend le plaisir peuvent faire l'objet de multiples débats (Lontrade, 2004). Toutefois, il en est tout autrement en ce qui concerne ses sources. À ce sujet, un recensement des écrits publiés au cours des 50 dernières années a permis de relever les principaux facteurs responsables de l'apparition du plaisir. Ainsi, nous avons pu identifier le plaisir procuré par *l'impression générale* que donne l'œuvre au premier regard (Guillot, 2001; Lowen, 1976; Simha, 2004). C'est un plaisir qui se traduit par un « j'aime ça » ou un « ça me plaît » qui émerge sans réflexion ou intention préméditée (Genette, 1997).

Il y a également un plaisir procuré par *la perception*. Les auteurs parlent de la perception des formes, des couleurs ou de tous autres éléments associés au langage plastique de l'œuvre (Butler, 2004; Dufrenne, 1953; Gasche, 2003; Reber, Schwarz, et Winkielman, 2004) et de l'harmonie de ses éléments (Lowen, 1976). De plus, il y a également un plaisir toujours lié à la perception mais, cette fois-ci, à celle du savoir-faire nécessaire à la réalisation de l'œuvre d'art (Shusterman, 2006). De façon générale, on peut considérer ce qui précède comme se rattachant à la notion du beau, c'est-à-dire à ce qui constitue une référence à partir de laquelle est déterminé culturellement et socialement ce qui *plaît aux yeux* (Déotte et Huyghe, 1998; Lowen, 1976).

Un autre plaisir est celui procuré par *l'engagement*. Ce dernier peut impliquer un plaisir centré sur le fonctionnement imaginaire, permettant de se représenter mentalement des objets et de les modifier afin de les intégrer à l'univers sémantique (Ginsborg, 2003; Lowen, 1976; Simha, 2004; Strasser, 1987). Le plaisir lié à l'engagement se manifeste également par l'utilisation de concepts et de connaissances qui permettent de saisir la fonction symbolique de l'œuvre ou la multiplicité de sens propre à l'œuvre (Changeux, 2002; Chézaud, 2006; Levinson, 2003; Lowen, 1976; Strasser, 1987; Webb, 2002).

Les auteurs ont parallèlement identifié un plaisir qui est procuré par la capacité d'*apprendre quelque chose* de neuf, d'inattendu (Carver, 2003; Ginsborg, 2003; Guillot, 2001; Reber, Schwarz, et Winkielman, 2004). Lorsque l'on apprend quelque chose et que l'on parvient à comprendre ou à découvrir des choses intelligibles sur l'objet traité (Duncker, 1941; Le Bel, 2000; Lowen, 1976), il y a là une autre source de plaisir selon les auteurs répertoriés.

Ainsi, l'ensemble des sources de plaisir identifiées lors de notre étude théorique constitue le point de départ de la présente grille d'analyse, et ce, dans la conception même de notre typologie basée sur une démarche empirique, dont la méthodologie s'ancre sur la possibilité de recueillir les propos des visiteurs « *in vivo* » dans les salles du Musée d'art contemporain de Montréal.

Méthodologie

Identification des sujets visés : le grand public

Dans la recherche en contexte muséal, le terme grand public fait référence aux visiteurs parcourant des salles d'exposition. Il s'agit de visiteurs adultes ne possédant

pas de connaissances particulières dans le domaine de l'art, ayant une scolarité allant des études secondaires non terminées au doctorat et dont les habitudes de fréquentation d'un musée ne sont pas très élevées, soit tout au plus une fois par année. Le choix de l'expression «grand public» découle des préoccupations des sociologues, des philosophes et des théoriciens de l'art du début des années 2000 ainsi que de la terminologie qu'ils emploient. Cette expression est utilisée en opposition aux artistes, aux professionnels et aux autres personnes travaillant dans le milieu de l'art, de la population en général, composée d'individus ne partageant à titre de caractéristique commune que celle de ne pas avoir de connaissances ou de liens de quelque nature que ce soit avec le monde de l'art (Hill Strategies, 2014; Hood, 1981; Hooper-Greenhill, 1994; Sauvé, 1997).

Puisque le type de visiteur grand public représente plus de 70 % de la population apte à fréquenter les institutions muséales, telles que les musées d'art contemporain (Hill Strategies, 2014), la présente étude s'intéresse en priorité à l'identification de leurs sources de plaisir.    ce chapitre, notons qu'une minorité seulement d'individus appartenant à ce grand public fréquentent des institutions muséales consacrées à l'art contemporain.    titre comparatif, le Musée d'art contemporain de Montréal (MACM, 2013) a accueilli moins de 215 000 visiteurs en 2012-2013, toutes catégories confondues (grand public, groupes scolaires, adeptes, etc.), comparativement à plus d'un demi-million de visiteurs pour le Musée des beaux-arts de Montréal (MBAM, 2013) et le Musée des beaux-arts du Canada (MBAC, 2013).

Le choix d'avoir recours au grand public pour effectuer la présente recherche découle de plusieurs raisons, dont la nécessité de rejoindre un public le plus large possible. Aussi, il tient au fait que l'offre éducative présentée actuellement par les institutions muséales est construite en fonction d'une clientèle que l'on ne peut, en raison de ses pratiques culturelles, directement associer au grand public, tel qu'il est ici défini. Par conséquent, l'idée de travailler à partir de ce grand public devrait permettre aux musées d'atteindre avec plus d'efficacité une clientèle qui leur est présente-ment difficilement accessible.

Forte de recherches antérieures, où l'auteure a eu recours à des échantillons stratifiés variant entre 30 et 240 individus, la présente recherche privilégie un échantillon de 120 individus.    cet égard, une saturation a été obtenue tout en respectant les règles liées aux échantillons stratifiés à partir desquels les données ont été analysées, soit selon le sexe, l'âge, la scolarité ou le statut social. Notons que l'échantillon a été constitué selon la méthode dite de la *boule de neige* (Henry, 1990). Ainsi, afin de satisfaire aux exigences de la recherche concernant le type d'œuvre et le lieu de leur exposition, les propos ont été recueillis au Musée d'art contemporain de Montréal où un protocole de collecte de données a été structuré en fonction de l'objectif qui est d'élaborer une typologie des sources de plaisir exprimées chez ces visiteurs.

Protocole de collecte de données auprès des visiteurs

Les recherches antérieures sur la réception de l'art s'adressaient spécifiquement à des spécialistes de l'art et cherchaient à connaître l'expérience optimale de plaisir, mieux connue sous le nom de *flow* (Le Bel, 2000). Ces spécialistes se disaient davantage

en mesure de décrire ce genre d'expérience pour pouvoir en identifier les causes. Le grand avantage de ces recherches a été pour divers chercheurs, tels que Arieti (1976), Csikszentmihalyi et Robinson (1990), de même que Housen (1983), de confirmer l'essentiel des travaux théoriques de l'époque, dont ceux de Dufrenne (1953). Il faut toutefois souligner ici que le plaisir n'a été étudié qu'après coup, c'est-à-dire que les données n'ont été recueillies qu'une fois la visite terminée, obligeant ainsi les sujets à se remémorer, au meilleur de leurs capacités, leurs expériences vécues (Le Bel, 2000). De plus, ces expériences se limitaient aux spécialistes en art dont les façons de traiter les œuvres ne se comparent en rien au traitement effectué par le visiteur de type grand public.

La mise au point, par Ericsson et Simon (1993), d'une méthode capable de recueillir les propos de l'individu, au moment même où ces derniers prennent forme dans son esprit, a ouvert de nouvelles possibilités. Appelée *Thinking Aloud* et adaptée à la visite d'expositions en 1998 par Dufresne-Tassé et son équipe, cette méthode consiste à enregistrer ce que dit le visiteur (son discours) au moment même où celui-ci effectue sa visite. Ce dernier, n'ayant pas à se soucier d'expliquer ou de justifier ses dires, n'a comme obligation que d'exprimer à haute voix, et de manière continue, tout ce qui lui vient à l'esprit (Denney, 1989; Edelman, 1992; Ericsson et Simon, 1993; Kukan et Beck, 1997; Pressley et Afflerbach, 1995; Simon et Kaplan, 1989; Willis et Schaie, 1993).

Cette méthode a fait l'objet de nombreux tests (Dufresne-Tassé *et al.*, 1998), de façon à déterminer si elle pouvait entraver le fonctionnement du visiteur en dénaturant sa spontanéité, altérant ainsi la validité de son discours. Maintenant au point, elle a été employée dans le cadre de la présente recherche.

Procédures et analyse

Chaque discours produit par les 120 visiteurs a été enregistré de façon qu'on puisse en faire la retranscription. Dans le but d'assurer une certaine homogénéité et, surtout, de refléter le plus fidèlement possible les propos du visiteur, ainsi que ceux de l'intervenant, des consignes précises ont été transmises à la personne chargée de les retranscrire.

Une première grille d'analyse nécessaire à l'étude des discours a été constituée en fonction des sources de plaisir identifiées dans notre cadre conceptuel. Par la suite, cette grille théorique a été confrontée aux discours recueillis chez les 15 visiteurs sélectionnés parmi l'échantillon afin de s'assurer de sa conformité et, si nécessaire, de procéder à son ajustement. Il faut noter ici que dans l'analyse des discours c'est avant tout le foyer d'attention du visiteur, c'est-à-dire ce sur quoi porte l'opération mentale effectuée par ce dernier, qui détermine la source de plaisir exprimée lors du traitement de l'œuvre d'art contemporain. Ainsi, après une première analyse, nous avons à nouveau confronté la grille modifiée à une deuxième série de discours provenant d'un second groupe de 15 visiteurs, afin de valider les ajustements apportés. Une fois le tout achevé, une série de règles d'utilisation a été élaborée afin d'assurer un codage homogène et constant. La prochaine section de cet article présente la typologie des sources de plaisir que nous avons relevées dans le discours de nos visiteurs.

Présentation et discussion des résultats

Typologie des sources de plaisir

La typologie des sources de plaisir qui a été constituée⁴ à la suite de l'analyse des données des 120 visiteurs recensés se présente de la façon suivante : elle est subdivisée en trois catégories distinctes, dont la première concerne l'objet d'art, la deuxième le visiteur, et la troisième les sources de plaisir liées à l'impression générale que procure l'œuvre. Le tableau 1 présente la typologie des sources de plaisir chez les visiteurs traitant des œuvres d'art contemporain.

Tableau 1. **Typologie des sources de plaisir chez les visiteurs traitant des œuvres d'art contemporain**

P1 Objet muséal (OM)	P1-1 Langage plastique de l'œuvre l'art contemporain	P1-1-a Composition
		P1-1-b Couleur
		P1-1-c Dimension
		P1-1-d Forme
		P1-1-e Texture
	P1-2 Sujet	P1-2-a Sujet
		P1-2-b Traitement sujet/objet
	P1-3 Symbolique	P1-3 Symbolique
	P1-4 Fabrication	P1-4-a Matériel
		P1-4-b Technique de fabrication
P2 Visiteur (VI)	P1-5 Artiste	
	P2-1 Artiste	
	P2-2 Visiteur	P2-2-a Souvenirs
		P2-2-b Imagination
		P2-2-c Métacognition
		P2-2-d Compréhension
		P2-2-e État somatique
P3 Impression Générale	P3-1 J'aime ça	

P1- Objet muséal

Dans la première catégorie (P1), le foyer d'attention du visiteur est l'œuvre d'art contemporain ou, en d'autres termes, l'objet d'art exposé. Dans cette catégorie, le visiteur exprime des plaisirs qui sont en lien avec les caractéristiques de l'œuvre d'art contemporain. Comme présenté dans la revue des écrits, le type de plaisir semble être procuré par la *perception* (Changeux, 2002; Chézaud, 2006; Dufrenne, 1953; Gasche, 2003; Lowen, 1976; Shusterman, 2006; Webb, 2002). Ces plaisirs ont comme

4. Nous présentons ici la typologie établie par Lisandra Eick de Lima, étudiante à la maîtrise en didactique des arts à la Faculté des sciences de l'éducation de l'Université de Montréal.

source principale l'objet d'art contemporain et sont liés à la notion du *beau* ou de ce qui *plaît aux yeux* (Déotte et Huyghe, 1998; Lowen, 1976). Dans la présente typologie, cette catégorie de plaisir se subdivise en cinq sous-catégories afin de bien en illustrer les subtilités. Celles-ci comprennent le *Langage plastique* (P1-1), le *Sujet* (P1-2), la *Symbolique* (P1-3), la *Fabrication* (P1-4) et le travail réalisé par l'*Artiste* sur l'œuvre observée (P1-5).

P1-1 Langage plastique

La sous-catégorie *Langage plastique* (P1-1) comprend cinq subdivisions, soit la *Composition* de l'œuvre (P1-1-a), les *Couleurs* présentes dans l'œuvre (P1-1-b), la *Dimension* (P1-1-c), la *Forme* (P1-1-d) et la *Texture* (P1-1-e). Le plaisir P1-1-a, la *Composition* est l'expression d'une satisfaction par rapport à la manière dont sont agencés et combinés les différents éléments de l'œuvre. Le plaisir P1-1-b, la *Couleur* est lié à tout ce qui concerne les coloris, les nuances, le ton et la teinte de l'œuvre. Le plaisir P1-1-c, la *Dimension* est exprimé vis-à-vis la taille réelle de l'œuvre. Le contentement est éprouvé face à l'aspect mesurable de l'œuvre, déterminé par l'espace occupé par l'objet exposé. Le plaisir P1-1-d, la *Forme* correspond aux contours de l'objet exposé résultant de la structure de ses parties. Finalement, le plaisir P1-1-e, la *Texture*, est identifié lorsque le visiteur est enchanté par l'apparence matérielle de l'objet exposé. C'est la qualité du fini de la surface de l'œuvre et sa sensation tactile qui lui procure de la satisfaction.

P1-2 Sujet

Des subdivisions existent également pour la sous-catégorie *Sujet* (P1-2). La première subdivision est le *Sujet* (P1-2-a) et la deuxième est le *Traitement sujet/objet* (P1-2-b). Ici, le plaisir P1-2-a est suscité par le contenu thématique de l'œuvre. Le visiteur éprouve de la satisfaction pour ce que représente l'œuvre d'art contemporain. Le plaisir P1-2-b, le *Traitement sujet/objet*, consiste en la manière d'aborder et de représenter le sujet. Ici, le visiteur éprouve du contentement lorsque le thème de l'œuvre correspond à la manière dont l'œuvre a été exécutée, et ce, au niveau du langage plastique de l'objet d'art contemporain. C'est-à-dire que la composition, la couleur, la dimension, la forme et la texture de l'œuvre contribuent de manière efficace à la création de sens ou, en d'autres termes, au *meaning-making*.

P1-3 Symbolique

La sous-catégorie *Symbolique* (P1-3) ne possède pas de subdivisions, car le plaisir est lié à une réalité de l'œuvre qui témoigne de valeurs universelles et qui se manifeste à partir de la personnalité et des expériences antérieures du visiteur. Ce dernier recherche le sens caché de l'œuvre et en retire une très grande satisfaction. Toutes les caractéristiques de l'œuvre, ainsi que le sujet traité par l'artiste, amènent le visiteur à se représenter un message qui va au-delà de l'œuvre elle-même, vers une vision du monde que le visiteur découvre qu'il partage avec l'œuvre d'art contemporain.

P1-4 Fabrication

Pour ce qui est de la sous-catégorie *Fabrication* (P1-4), elle possède deux subdivisions. La première est appelée *Matériel* (P1-4-a) et la deuxième *Technique de fabrication* (P1-4-b). Le plaisir P1-4-a, le *Matériel*, correspond à ce avec quoi l'objet exposé est fait, le médium, la matière qui entre dans la construction de l'œuvre d'art contemporain. De son côté, le plaisir P1-4-b, la *Technique de fabrication*, est l'ensemble des procédés à l'origine de l'œuvre exposée. Le visiteur ressent un plaisir dans l'exploration de la manière dont l'artiste a réalisé son œuvre.

P1-5 Artiste

La sous-catégorie *Artiste* (P1-5) ne possède pas de subdivision, car ce plaisir est lié aux attentes plastiques et esthétiques du visiteur par rapport au travail de l'artiste dans la conception et la fabrication mêmes de l'œuvre d'art contemporain. L'objet d'art est ici regardé en fonction du rôle de l'artiste, de ses interventions, de sa pensée et de son impact sur la société; ce regard qui enchante le visiteur.

P2-Visiteur

Pour ce qui est de la deuxième catégorie (P2), le foyer d'attention du visiteur est lui-même, dans son rapport à l'œuvre d'art contemporain. Dans la revue des écrits, la source de ce plaisir est présentée comme étant le visiteur et, plus particulièrement, l'*engagement du visiteur* (Carver, 2003; Chézaud, 2006; Ginsborg, 2003; Le Bel, 2000; Reber, Schwarz, Winkielman, 2004). Le visiteur exprime du plaisir par le biais de ses connaissances ou de son appréciation du travail d'un *Artiste* en particulier (P2-1), de même que par un processus profond de réflexion où le plaisir prend forme à partir de ses propres expériences (P2-2).

P2-1 Artiste

La première sous-catégorie, appelée l'*Artiste* (P2-1), ne possède pas de subdivisions. Cette sous-catégorie correspond à l'enchantement du visiteur que lui procure l'artiste lui-même. Ce dernier est le point central du traitement de l'œuvre par le visiteur qui concentre son attention plus sur l'artiste que sur l'objet d'art exposé. Toute son appréciation passe par le geste créateur de l'artiste. Le visiteur éprouve de la satisfaction dans le fait de reconnaître l'œuvre d'un artiste contemporain, car, ce type d'art ne lui étant pas familier, il se surprend lui-même à être fasciné par cette constatation.

P2-2 Visiteur

La deuxième sous-catégorie, nommée *Visiteur* (P2-2), comprend cinq subdivisions. Ici, le visiteur ressent du plaisir vis-à-vis de son propre fonctionnement intellectuel. Le bien-être du visiteur provient de diverses sources, dont ses *Souvenirs* (P2-2-a), son *Imaginaire* (P2-2-b), la prise de conscience de son fonctionnement (*Métacognition*) (P2-2-c), sa *Compréhension* de l'œuvre d'art contemporain (P2-2-d), ainsi que d'un *État somatique* (P2-2-e) qu'il éprouve en regardant l'œuvre. Ainsi, le plaisir P2-2-a, les *Souvenirs*, est lié à la mémoire du visiteur. Lorsque ce dernier peut,

au contact de l'œuvre, se rappeler ou se remémorer un événement ou une personne appartenant au passé, il en éprouve un état de bien-être. L'œuvre évoque chez le visiteur quelque chose qui appartient à son propre vécu. L'œuvre d'art perd ainsi toute étrangeté et devient un lieu de rencontre entre celui-ci et le visiteur, parfois au grand étonnement de ce dernier. Le plaisir P2-2-b, l'*Imaginaire*, est lié à la capacité du visiteur de se représenter ce qui est absent et d'envisager ce qui est potentiellement présent ou possible, et ce, au regard de l'œuvre. De façon générale, le plaisir l'*Imaginaire*, quelle qu'en soit la forme, permet de développer de l'empathie pour l'œuvre d'art contemporain et, ainsi, de le saisir avec plus d'acuité et de profondeur. De plus, il permet de jouer avec ce qui est examiné, par exemple de faire des hypothèses à son sujet ou d'en voir les conséquences, et même de le transformer complètement. Le plaisir P2-2-c, la *Métacognition*, correspond à la conscience du visiteur face à son propre fonctionnement intellectuel, c'est-à-dire à sa façon de penser lors du processus d'appropriation de l'œuvre d'art exposée. Le visiteur devient sensible à sa manière de traiter l'œuvre d'art contemporain, il réfléchit sur ses actions, ses procédures et ses méthodes d'appréciation de l'œuvre. Cette source de plaisir a souvent pour conséquence la modification du jugement du visiteur face à l'œuvre d'art. Par ailleurs, le plaisir P2-2-d, la *Compréhension*, se rattache directement à la relation entre les connaissances antérieures du visiteur et son traitement de l'œuvre exposée. Lorsque le visiteur a la capacité de tisser des liens entre ses connaissances antérieures et l'œuvre exposée, il ressent du plaisir et se sent compétent dans son traitement de l'œuvre d'art contemporain. Enfin, le plaisir P2-2-e, l'*État somatique*, se manifeste à travers le corps du visiteur. Lorsqu'il ressent ce plaisir, le visiteur est physiquement interpellé par l'œuvre et en éprouve un état de bien-être. Ses sens sont au centre de son appréciation de l'œuvre d'art contemporain.

P3- Impression générale

Cette dernière catégorie (P3) reprend ce qui a été identifié dans la revue des écrits comme étant un plaisir que procure l'appréciation de l'œuvre, c'est-à-dire une *Impression générale* de l'œuvre d'art contemporain (Guillot, 2001; Lowen, 1976; Simha, 2004). Cette sous-catégorie est nommée *J'aime ça* (P3-1), en référence au plaisir qui émerge sans réflexion ou intention préméditée chez le visiteur (Genette, 1997).

P3-1 J'aime ça

Le plaisir P3-1, *J'aime ça*, représente tous les plaisirs qui ne sont pas approfondis par le visiteur. Le plaisir de ce dernier est clairement manifesté, car il répète à plusieurs reprises son contentement, sans toutefois l'expliquer ou le justifier. L'élément répétitif est essentiel pour identifier cette sous-catégorie de plaisir, car le visiteur montre un élément de surexcitation en répétant, parfois jusqu'à sept fois, « C'est fantastique » ou « J'aime ça », et même « C'est beau », lorsqu'il regarde l'œuvre d'art contemporain. Par contre, il semble incapable de trouver les mots nécessaires afin de s'exprimer sur l'œuvre au-delà d'une exclamation positive.

Ainsi, en conclusion, l'analyse de 120 discours de visiteurs de type grand public confirme la présence de diverses sources de plaisir, et ce, lorsque les visiteurs traitent

des œuvres d'art contemporain en contexte muséal. Ces sources de plaisir émergent spécifiquement en fonction de l'objet muséal (plaisir de type P1), du visiteur lui-même (plaisir de type P2) et d'une impression générale de l'œuvre où le visiteur ne trouve pas les mots pour exprimer en profondeur la source de son plaisir (plaisir de type P3). Dix-huit sous-catégories sont répertoriées, soit onze appartenant au plaisir de type P1, six au plaisir de type P2 et une au plaisir de type P3.

Discussion des résultats obtenus

L'analyse des discours de visiteurs a révélé trois foyers d'attention qui sont à la source des plaisirs susceptibles d'être exprimés lors de l'appréciation d'œuvres d'art contemporain. L'objet muséal est une source de plaisir indéniable. Il est perçu de diverses manières, en ce sens qu'il est apprécié, entre autres, par l'intermédiaire du langage plastique, c'est-à-dire que le visiteur base son appréciation sur des principes esthétiques acquis au cours de sa vie. Ainsi, il témoigne de l'importance qu'il accorde à la beauté esthétique lors du traitement d'œuvres d'art contemporain. L'objet muséal provoque également des sources de plaisir liées au sujet, plus spécifiquement au traitement du sujet, c'est-à-dire la façon dont le thème est abordé et représenté. Cette situation s'explique probablement par le fait que l'art contemporain, à travers ses multiples manières d'aborder et de représenter un sujet, peut surprendre positivement un visiteur de type grand public. Le plaisir lié à la fabrication des œuvres d'art contemporain est un autre aspect important relevé dans l'analyse des données. Tout comme dans la catégorie associée au sujet, les visiteurs sont surpris par les matériaux inattendus avec lesquels les œuvres sont conçues ou par le fait de reconnaître la transformation effectuée sur des matériaux autrefois impossibles à considérer dans la fabrication même d'une œuvre d'art. Les visiteurs cherchent des œuvres d'art qui répondent à leurs attentes esthétiques, mais qui exigent également un regard réflexif allant au-delà de la matérialité de l'œuvre, soit vers le symbolique. Par le biais de l'objet muséal, le visiteur considère le travail de l'artiste. Cette source de plaisir est issue d'une considération pour le « travail bien fait » du point de vue plastique et d'un désir de comprendre le sens de l'œuvre. En d'autres mots, le visiteur semble avoir besoin de s'assurer que l'œuvre conçue par l'artiste contient un travail technique et intellectuel.

Pour ce qui est des sources de plaisir où le foyer d'attention est le visiteur lui-même, celui-ci éprouve du plaisir par le fait de reconnaître l'artiste qui a conçu l'œuvre traitée. Les visiteurs sont, en général, très heureux quand ils reconnaissent l'artiste qui a conçu l'œuvre, car ils ne s'attendent pas à posséder une telle connaissance. Nous avons également observé que, lorsque le musée présente une série d'œuvres d'un même artiste, le visiteur acquiert une certaine familiarité avec les travaux, le style et les idées de l'artiste et que cette familiarité lui permet de vivre un plaisir lié davantage à l'artiste qu'à l'œuvre elle-même. Cette situation peut avoir pour conséquence le désir de découvrir d'autres travaux du même auteur. Un autre aspect soulevé lors de l'analyse des données est que le visiteur de type grand public, n'ayant pas

beaucoup d'expérience dans l'appréciation d'œuvres d'art contemporain, se concentre souvent sur lui-même lors du traitement des œuvres. C'est par l'entremise des souvenirs, de l'imaginaire, de la métacognition, de la compréhension, que le visiteur aborde l'œuvre d'art et ressent un certain plaisir à le traiter.

Enfin, la présence du plaisir non approfondie confirme que le visiteur du type grand public peut ressentir du plaisir lors du traitement d'œuvres d'art contemporain, mais que le manque d'expérience avec celles-ci l'empêche peut-être de trouver des mots pour exprimer ce qu'il ressent.

Conclusion

Les résultats obtenus dans la présente étude permettent de documenter les sources de plaisir, telles que répertoriées dans le discours du visiteur de type grand public lors du traitement d'œuvres d'art contemporain. La recherche doit se poursuivre afin de mesurer l'importance que revêtent aux yeux du visiteur ces différentes sources de plaisir et d'en connaître les effets sur l'appréciation de l'art contemporain.

Références bibliographiques

- ABOUDRAR, B.-N. (2000). *Nous n'irons plus au musée*. Paris : Aubier.
- ARBOUR, R.-M. (1999). *L'art qui nous est contemporain*. Montréal : Artextes.
- ARIETI, S. (1976). *Creativity: The Magic Synthesis*. New York : Basic Books.
- BAUDRILLARD, J. (1996). Le complot de l'art. *Libération*, 20 mai. Récupéré le 6 novembre 2013 de http://www.liberation.fr/tribune/1996/05/20/le-complot-de-l-art_170156
- BERNIER, C. (2002). *L'art au musée : de l'œuvre à l'institution*. Paris : L'Harmattan.
- BUTLER, C. (2004). *Pleasure and the Arts. Enjoying Literature, Painting, and Music*. New York : Oxford University Press.
- CABANAC, M. (1995). *La quête du plaisir : étude sur le conflit des motivations*. Montréal : Liber.
- CARVER, C. (2003). Pleasure as a sign you can attend to something else. Placing positive feelings within a general model of affect. *Cognition & Emotion*, 17(2), 241-261.
- CÉNA, O. (1992, 2 juin). L'art triste. *Télérama*, 2215.

- CENTRE GEORGES-POMPIDOU (2012). *Le Centre Pompidou en 2012 : bilan d'activité*. Récupéré le 6 décembre 2014 de <http://mediation.centrepompidou.fr/documentation/bilandactivite2012/>
- CHANGEUX, J.-P. (2002). *Raison et plaisir*. Paris : Odile Jacob.
- CHÉZAUD, P. (2006). Idées survenantes et principe de plaisir, ou petite théorie du plaisir des sens. Dans P. Chézaud, L. Gasquet et R. Shusterman (dir.), *L'art de plaire : esthétique, plaisir, représentation* (p. 25-37). Saint-Pierre-de-Salerne, France : Gérard Monfort.
- CROSBIE, M.-J. (2003). *Designing the World's Best Museums and Art Galleries*. Victoria, Australia : Images Publishing.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. et ROBINSON, R. E. (1990). *The Art of Seeing: An Interpretation of the Aesthetic Encounter*. Malibu, CA : Getty Publications.
- DAVALLON, J. (2002). Réflexions sur la notion de médiation muséale. Dans C. Ballé, É. Caillet, F. Dubost et D. Poulot (dir.), *L'art contemporain et son exposition* (p. 41-61). Paris : L'Harmattan.
- DENNEY, N. J. (1989). Everyday problem solving: Methodological issues. Research findings and a model. Dans L. W. Poon, D. C. Rubin et B. A. Wilson (dir.), *Everyday Cognition in Adulthood and Late Life* (p. 330-351). Cambridge : Cambridge University Press.
- DÉOTTE, J.-L. et HUYGHE, P.-D. (1998). La réception de l'art contemporain. Dans J.-L. Déotte et P. D. Huyghe (dir.), *Le jeu de l'exposition* (p. 9-20). Paris : L'Harmattan.
- DOMECQ, J.-P. (1999). *Artistes sans art?* Paris : Pocquet.
- DUFRENNE, M. (1953). *Esthétique et philosophie*. Paris : Klincksieck.
- DUFRESNE-TASSÉ, C., BANNA, N., SAUVÉ, M., LEPAGE, Y., WELTZL-FAIRCHILD, A. et LACHAPELLE, R. (1998). Le fonctionnement imaginaire du visiteur adulte en salle d'exposition : définition, mode d'accès et premières observations. Dans C. Dufresne-Tassé (dir.), *Évaluation et éducation muséale : nouvelles tendances* (p. 61-77). Paris : Conseil international des musées de l'UNESCO.
- DUNCKER, K. (1941). On pleasure, emotion, and striving. *Philosophy and Phenomenological Research*, 1(3), 391-430.
- EDELMAN, G. (1992). *Bright Air, Brilliant Fire. On the Matter of the Mind*. New York : Basic Books.
- EFLAND, A. D. (1990). *A History of Art Education*. New York : Teachers College.
- EISNER, E. W et DAY, M. D. (dir.) (2004). *Handbook of Research and Policy in Art Education*. Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates.

- EICK DE LIMA, L. (2013). *Les types de plaisirs susceptibles d'être éprouvés par les visiteurs du grand public au Musée d'art contemporain : une recherche exploratoire en didactique* (titre provisoire) (Mémoire de maîtrise en éducation [en cours]), Université de Montréal.
- ÉMOND, A.-M. (2005, juillet). *Between talk and silence. The friendly stranger and the reception of contemporary art*. Communication présentée à la 8^e Conférence internationale sur le management des arts et de la culture / 8th International Conference on Arts & Cultural Management (AIMAC 2005), Montréal, Canada.
- ÉMOND, A.-M. (2007, mai). « *Anselm Kiefer – Ciel et terre* » au Musée d'art contemporain de Montréal : étude de l'interprétation des étudiantes à la formation des maîtres. Communication présentée au 35^e Congrès annuel de la Société canadienne pour l'étude de l'éducation. Groupe d'intérêt spécialisé sur l'éducation et les musées (GISEM), Saskatoon, Canada.
- ERICSSON, K. A. et SIMON, H. A. (1993). *Protocol Analysis* (éd. rev.). Cambridge, MA: MIT Press.
- GASCHE, R. (2003). *The Idea of Form: Rethinking Kant's Aesthetics*. Stanford: Stanford University Press.
- GENETTE, G. (1997). *L'œuvre de l'art: la relation esthétique*. Paris: Seuil.
- GINSBORG, H. (2003). Aesthetic judging and the intentionality of pleasure. *An Interdisciplinary Journal of Philosophy*, 46(2), 164-181.
- GUILLOT, N. (2001, juin). *Comment définir le plaisir du visiteur adulte de type grand public au musée d'art?* Communication présentée au 29^e Congrès annuel de la Société canadienne pour l'étude de l'éducation. Groupe d'intérêt sur l'éducation et les musées (GISEM), Québec, Canada.
- HEINICH, N. (1998). *L'art contemporain exposé aux rejets. Études de cas*. Nîmes, France: Jacqueline Chambon.
- HENRY, G. T. (1990). *Practical Sampling*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- HILL STRATEGIES (2014). Diversité canadienne et fréquentation des arts en 2010. *Regards statistiques sur les arts*, 6(1), 31.
- HOOD, M. G. (1981). *Adult attitudes toward leisure choices in relation to museum participation* (Thèse de doctorat inédite). Ohio State University, Columbus, OH.
- HOOPER-GREENHILL, E. (1994). *Museums and Their Visitors*. New York: Routledge.
- HOUSEN, A. (1983). *The eye of the beholder. Measuring aesthetic development* (Thèse de doctorat inédite). Harvard Graduate School of Education, Boston, MA.
- KUKAN, L. et BECK, I. L. (1997). Thinking aloud and reading comprehension research. Inquiry, instruction, and social interaction. *Review of Educational Research*, 67(3), 271-299.

- LARSEN, J. T. (2001). *Emotions in evaluative space: Can pleasure and displeasure co-occur?* (Thèse de doctorat inédite). Ohio State University, Columbus, OH.
- LE BEL, J. (2000). *Investigation into the experience of pleasure: Intensity, its relationship to consumption behaviour, and moderators thereof* (Thèse de doctorat, Université McGill, Montréal, Canada). Récupéré le 6 novembre 2013 de http://digitool.library.mcgill.ca/R/?func=dbin-jump-full&object_id=37756&local_base=GEN01-MCG02
- LEVINSON, J. (2003). Le plaisir et la valeur des œuvres d'art. *Revue francophone d'esthétique*, 1, 9.
- LONTRADE, A. (2004). *Le plaisir esthétique: naissance d'une notion*. Paris: L'Harmattan.
- LOWEN, A. (1976). *Le plaisir*. Poitiers: Tchou.
- MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE MONTRÉAL (2010). *Rapport annuel 2009-2010*. Récupéré le 6 décembre 2014 de <http://www.macm.org/les-publications/rapports-annuels>
- MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE MONTRÉAL (2011). *Rapport annuel 2010-2011*. Récupéré le 6 décembre 2014 de <http://www.macm.org/les-publications/rapports-annuels>
- MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE MONTRÉAL (2012). *Rapport annuel 2011-2012*. Récupéré le 6 décembre 2014 de <http://www.macm.org/les-publications/rapports-annuels>
- MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE MONTRÉAL (2013). *Rapport annuel 2012-2013*. Récupéré le 6 décembre 2014 de <http://www.macm.org/les-publications/rapports-annuels>
- MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE MONTRÉAL (2013). *Rapport annuel 2012-2013*. Récupéré le 23 janvier 2015 de <https://www.mbam.qc.ca/a-propos-du-mbam/conseil-dadministration/>
- MUSÉE DES BEAUX-ARTS DU CANADA (2013). *Rapport annuel 2012-2013*. Récupéré le 7 décembre 2014 de <http://www.beaux-arts.ca/fr/apropos/rapports-de-la-societe.php>
- PRESSLEY, M. et AFFLERBACH, P. (1995). *Verbal Protocols of Reading. The Nature of Constructively Responsive Reading*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- REBER, R., SCHWARZ, N. et WINKIELMAN, P. (2004). Processing fluency and aesthetic pleasure: Is beauty in the perceiver's processing experience? *Personality and Social Psychology Review*, 8(4), 361-382.
- RUBY, C. (2002). *Les résistances à l'art contemporain*. Bruxelles: Labor.
- RUSSELL, J. A. (2003). Introduction. The return of pleasure. *Cognition and Emotion*, 17(2), 161-165.

- SAUVÉ, M. (1997). *Étude de l'expression du fonctionnement affectif du visiteur adulte au musée* (Thèse de doctorat non publiée). Université de Montréal, Canada.
- SCHROEDER, T. (2006). An unexpected pleasure. *Canadian Journal of Philosophy*. (Supplementary), 32, 255-267.
- SHUSTERMAN, R. (2006). Art de plaire ou foire aux plaisirs? Des manèges et des œuvres. Dans P. Chézaud, L. Gasquet et R. Shusterman (dir.), *L'art de plaire : esthétique, plaisir, représentation* (p. 7-23). Saint-Pierre-de-Salerne, France : Gérard Monfort.
- SIMHA, S. (2004). *Le plaisir*. Paris : Armand Colin.
- SIMON, H. A. et KAPLAN, C. A. (1989). Foundations of cognitive science. Dans M. I. Posner (dir.), *The Foundations of Cognitive Science* (p. 1-47). Cambridge, MA : The MIT Press.
- STRASSER, M. (1987). Hutcheson on the higher and lower pleasures. *Journal of the History of Philosophy*, 25(4), 517-531.
- USTINOV, C. (2007). Quel musée pour l'art contemporain? *Muséologies. Les cahiers d'études supérieures*, 1(2), 11-40.
- WEBB, J. (2002). Cultural studies and aesthetics – Pleasures and politics. *Cultural Studies: Interdisciplinarity and Translation*, 11, 147-157.
- WILLIS, S. L. et SCHAIE, K. W. (1993). Everyday cognition, taxonomic and methodological considerations. Dans J.-M. Puckett et H. W. Reese (dir.), *Mechanisms of Everyday Cognition* (p. 35-55). Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum Associates.