



**HAL**  
open science

# L'ART SOUS COUVERTURE MÉDIATIQUE

Benjamin Riado

► **To cite this version:**

Benjamin Riado. L'ART SOUS COUVERTURE MÉDIATIQUE. Nouvelle Revue d'Esthétique, 2011.  
hal-03157668

**HAL Id: hal-03157668**

**<https://hal.science/hal-03157668>**

Submitted on 10 Mar 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## L'ART SOUS COUVERTURE MÉDIATIQUE

[Benjamin Riado](#)

Presses Universitaires de France | « Nouvelle revue d'esthétique »

2011/2 n °8 | pages 20 à 30

ISSN 1969-2269

ISBN 9782130587286

Article disponible en ligne à l'adresse :

-----  
<https://www.cairn.info/revue-nouvelle-revue-d-esthetique-2011-2-page-20.htm>  
-----

Distribution électronique Cairn.info pour Presses Universitaires de France.

© Presses Universitaires de France. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.



BENJAMIN RIADO

# L'art sous couverture médiatique

« Non, la peinture n'est pas faite pour décorer les appartements. C'est un instrument de guerre, offensive et défensive contre l'ennemi<sup>[1]</sup>. »

Ainsi parlait Pablo Picasso de son œuvre *Guernica*. Par là, il signifiait que l'art n'est pas ce qui se réduit esthétiquement à une peinture, mais plutôt à voir dans la façon dont l'artiste réagit face à une situation qui lui laisse le choix des armes, artistiques ou politiques. Déjà en 1937 on observe un exemple de la relation féconde qui se tisse entre ces deux champs d'action par le biais du journal, puisque la peinture de Picasso, évoquant le bombardement du petit village espagnol de Guernica dans des teintes blafardes, se faisait l'écho plastique de la manière dont l'artiste avait appris la tragédie : par voie de presse. La juxtaposition de revendications politiques et de moyens plastiques ou inversement désigne ce qu'on appelle aujourd'hui l'« artivisme<sup>[2]</sup> ». Il s'agit d'un phénomène par lequel la différence entre œuvre et trouble de l'ordre public tend à s'effacer. Or, les différents organes de presse que nous connaissons semblent à plusieurs égards être le lieu de cet effacement à mesure que sont « médiatisées » les opérations artivistes.

Le tremblement des notions d'art et d'œuvre que semble amorcer l'artivisme, avec pour horizon leur dissolution respective, opère au niveau topique : c'est la place qu'occupe l'art qui a changé et non tant sa destination ou ses acteurs. Par renoncement délibéré à son autonomie – et par là même à ses territoires consacrés – l'art peut désormais se trouver partout ; son extension sociale et spatiale le fait accéder à la mondialisation. Pas plus légitime ici que là, il est dit « global<sup>[3]</sup> ». Le problème qu'il s'agit donc de poser est celui de la spécificité de l'artivisme face à ses œuvres. La création contestataire correspond-elle à une manière de faire de l'art se saisissant des médias pour opérer un dépassement de l'œuvre au service d'une cause, ou bien la capacité d'infiltrer les médias constitue-t-elle la meilleure preuve que l'artiste est capable de « faire œuvre de réel », à l'écart des institutions et autres lieux consacrés de l'art ?

Sans doute n'est-il guère utile de revenir trop longuement sur les relations entre presse écrite et création artistique, mais un bref rappel peut permettre au moins d'en saisir le caractère dialectique. Initialement traité comme un motif plastique raccrochant

1. Pablo Picasso, *Propos sur l'Art*, M.-L. Bernadac et A. Michael (éd.), Paris, Gallimard, 1998, p. 45.
2. Voir Stéphanie Lemoine et Samira Ouardi, *Artivisme : Art, action politique et résistance culturelle*, Paris, Altern, 2011.
3. Jean-Claude Moineau, *Contre l'Art Global : pour un art sans identité*, Maison-Alfort, Ere, 2007, p. 4.

le sujet de l'œuvre d'art au réel, à la vie quotidienne, le journal peint traduisait dans plusieurs tableaux cubistes le souci de représenter des objets aisément reconnaissables. Il fallut attendre 1919 et les *Merzbildern* de Kurt Schwitters pour que le journal intégrât l'espace du tableau de façon littérale, par simple collage. Par suite, ce fut au tour des journaux de presse de contenir des œuvres d'art. Comme en 1969, année où Joseph Kosuth investit plastiquement le journal pour y promouvoir l'idée d'une œuvre procédant tout entière du langage comme formant plastique, sous la forme de thésaurus. Pour le conceptuel, il s'agissait là de souligner l'immatérialité de l'œuvre d'art, de la couper de tout lien avec la peinture, et une fois encore assurer à la pièce un caractère « non-décoratif<sup>4</sup> ». Dans cet usage de la presse, l'ambition affichée des artistes était de diffuser leur production artistique au même nombre d'exemplaire que l'actualité, de façon à en affirmer une modalité inédite, un autre mode d'existence. En dehors de sa dématérialisation postulée par Lucy Lippard et John Chandler, la parution de l'œuvre d'art dans les médias semblait donc œuvrer contre sa disparition<sup>5</sup>. Encore faudrait-il déterminer ce qu'on appelle « disparition ». Est-ce ne plus exister ou bien ne plus apparaître ?

La « relève » dialectique de cette relation entre art et média situe la disparition du côté de la manifestation discrète, et qu'il s'agit ici d'appeler par hypothèse « l'art sous couverture médiatique ». Création qui n'existerait que dans l'information telle qu'elle circule *via* les organes de presse, n'évoluant ni dans la sphère autonome de l'art, ni dans la manière de le reporter dans la presse spécialisée, l'œuvre ne se trouverait plus contenue ou soutenue par le média, elle *serait* le média. Or, la couverture médiatique supposée être celle d'un événement à caractère artistique condense deux aspects différents rendant problématique l'instanciation des pratiques en œuvres d'art. D'une part, la presse peut relayer une information sans rapport apparent avec l'artiste ou son travail mais dans laquelle il s'impose, qu'il *réussit* à contaminer sur le mode viral. C'est ce que s'attache à faire le travail de Gianni Motti dans l'œuvre *Review*, pour laquelle il est parvenu à se montrer sur plusieurs photographies illustrant le quotidien suisse *Neue Luzerner Zeitung*, et ce pendant près d'une semaine sans être formellement identifié. La couverture médiatique peut d'autre part servir à rendre compte d'un événement inauthentique, qui n'est une création que par un effet de fictionnalisation réussie du réel. Dans ce second cas de figure, les médias sont pris à leur propre piège : hameçonnés par ce qui leur semble être l'objet légitime et spectaculaire de l'actualité, un « scoop », ce qu'ils couvrent à plus ou moins large diffusion se trouve être en réalité l'intention de l'artiste. Cette stratégie du canular est entre autre celle utilisée par les Yes Men, un collectif œuvrant à la lisière de l'art et de l'activisme politique strict. Reste à savoir comment la rumeur médiatique, plaçant l'art du côté de l'événementialisation, laisse penser que le phénomène précède l'existence de la chose, et non l'inverse. Déduite plutôt qu'induite, l'hypothèse de l'œuvre d'art ne déplace-t-elle pas l'horizon d'attente du spectateur au lieu d'entraîner sa dissolution ?

4. Voir le catalogue d'exposition de Seth Siegelaub, intitulée : *Barry, Huebler, Kosuth, Weiner*, New-York, sans éditeur, 1969, non paginé.

5. Cf. Marie Boivent, « Infiltrer la presse : de la parution à la disparition », *Pratiques*, n° 21, automne 2010, p. 49-59.

## UNE ÉVIDENCE PERDUE

Cette question semble devoir être regardée comme un problème d'épistémologie de l'esthétique. En effet, ce qui est menacé de disparition, n'est-ce pas davantage le concept que la chose? À mesure que sa matérialité se délite au profit d'attitudes ne devenant pas nécessairement formes survient le doute que la notion d'œuvre d'art donne la bonne clé pour comprendre ce que les artistes ont cessé de façonner au profit de ce qu'ils commencent à incarner. Le fait est qu'il y a de l'art, mais comment y en a-t-il? Quand bien même l'art ne qualifie plus tant des objets que des comportements, aurons-nous pour autant une compréhension différente de ce qui doit être tenu pour artistique – un éther de l'art pur – et non plus spécifiquement comme une œuvre d'art? Cela est douteux, car enfin la question difficile soulevée par l'intrusion d'objets industriels non modifiés par les soins de l'artiste présente le même problème que celui soulevé par ses agissements. La différence entre le sèche-bouteille et l'œuvre de Duchamp qui lui est identique est-elle plus grande que celle entre planter un clou pour l'artiste Ben et planter un clou pour moi? Que donc l'art engage la personne de l'artiste – et non plus seulement des artefacts ou des discours – ne permet pas d'abandonner la notion d'œuvre d'art. Sauf à considérer l'artiste comme un être à part, exhalant l'art au point qu'il n'a rien besoin de faire pour en produire quand il lui suffit juste d'en être, la notion d'œuvre semble devoir rester pertinente. Bien loin de la disparition, les médias offrent à l'œuvre l'opportunité de se tapir dans le réel, de garder une forme d'effcience mais *sous couverture*, comme un agent double, se donnant des airs de réalité pour tantôt servir l'art par les moyens qui sont ceux de l'activisme, tantôt à l'inverse servir une cause par des moyens créatifs. Dans cette perspective, la particularité des œuvres sous couverture médiatique est aussi leur paradoxe, étant donné que c'est parce qu'elles ne se donnent pas d'emblée comme des œuvres d'art qu'elles ont la prétention d'en être.

En ce cas, le problème posé par la notion d'œuvre d'art se réduit à la question de sa détection, qui place dans une même position difficile le bon sens spectatorial et le plus lourd appareil herméneutique des esthéticiens et des critiques. Comment se rendre à l'évidence de l'œuvre d'art, si celle-ci ne procède plus de formants plastiques reflétant le parti pris de l'artiste non plus que d'une signalétique mettant en valeur sa signature? En évoquant selon un double aspect cet art des médias, il s'agit de montrer qu'il est toujours question de forme; simplement cette forme est difficile à reconnaître tant elle est complexifiée par son rapport au réel, qu'elle tente d'infléchir par la manipulation de l'actualité. Celle-ci impose de l'œuvre une lecture temporelle, en dehors de laquelle on n'y voit rien. La reconnaissance des travaux artistes passe aussi par le ton très particulier que ceux-ci adoptent, et qui naturellement trahit leur couverture à travers la velléité de ne pas laisser indifférent. Enfin, s'il y a œuvre plutôt que rien, c'est aussi parce l'information médiatique est utilisée par l'artiste comme un matériau à travailler, faisant plus de ce dernier une sorte de plasticien qu'un performeur.

### LE MOUVEMENT RÉTROGRADE DE L'ŒUVRE

La question difficile de l'ontologie de l'œuvre d'art réclame ici une approche d'esthétique de la réception. Et si au lieu de disparaître, l'œuvre ne connaissait que des moments ponctuels d'existence ?

Pour faire *Review*, Gianni Motti se donne comme unique consigne d'apparaître dans le *Neue Luzerner Zeitung* pendant une semaine entière, quelle que soit la page, quelle que soit la rubrique. Pour ce faire, il convainc les photographes rattachés au quotidien suisse de le laisser figurer innocemment dans leurs images. Peut-être a-t-il obtenu leur complicité en leur disant la vérité nue, à savoir que l'action constituerait sa contribution inopinée à l'exposition « *Wunsch und Erinnerung* » (« Désir et mémoire ») du musée des Beaux-arts de Lucerne, exposant déjà de lui des travaux anciens et se finissant deux semaines plus tard. De ces négociations officieuses, on ne sait rien. Toujours est-il que l'artiste obtient satisfaction : il paraît dans le journal du 8 septembre 2000 à l'occasion d'une table ronde d'enseignants, le lendemain poussant la porte d'un laboratoire pharmaceutique, ainsi de suite. L'œuvre se donne dans les coupures de presse, lesquelles multiplient dans des contextes tout à fait différents le portrait de Motti, donnant l'illusion kaléidoscopique d'une omniprésence de l'artiste. Un point commun à toutes ces apparitions est qu'elles sont parfaitement gratuites et déconnectées des événements relatés dans le quotidien local. Ainsi, la série d'interventions de Motti, tout en ne bouleversant en rien le travail de journalisme effectué en cette deuxième semaine de septembre, ne manque néanmoins pas d'en perturber la réception pour les lecteurs, dont plusieurs appelèrent le journal pour signaler la présence parasitaire du même individu. Encore la gêne des lecteurs ne peut-elle avoir été ressentie qu'après un certain temps et à la faveur d'une certaine consistance de l'artiste à être partout. Que dire en effet du début du parasitage de Motti ? Première pierre d'un édifice encore inconnu, et n'apportant aucun élément permettant d'identifier le geste comme une œuvre d'art, comment néanmoins en postuler l'existence ? Et ainsi des autres pour le lecteur occasionnel, il semble bien difficile d'identifier la présence de la silhouette au gilet rayé de Motti comme perturbatrice. On voit bien par là que la récurrence fait exister quelque chose dont ne donnent pas idée les éléments pris isolément. Même celui qui s'est montré toute la semaine attentif au contenu du journal ne peut conclure au parasitage qu'après qu'il a eu lieu.

Henri Bergson observe que les événements se produisent à des moments bien déterminés, par conséquent un jugement porté sur eux ne peut advenir qu'après ce moment, même s'il s'en tient simplement à ratifier leur présence. « Il a donc sa date », observe-t-il. Mais cela n'empêche pas ce qu'on a coutume d'appeler d'après le philosophe le « mouvement rétrograde du vrai », à savoir la croyance dans le fait qu'une vérité doit exister dès qu'existe un des éléments antitélèchiques qui la constitue. L'esprit recompose donc dans le temps – son « présent du passé » dirait Augustin – ce qu'il croit être vrai. Ce phénomène s'accorde bien avec la manière dont l'artiste joue avec les médias. Bergson note encore :

« Notre appréciation des hommes et des événements est tout entière imprégnée de la croyance à [...] un mouvement rétrograde qu'exécuterait automatiquement dans le temps la vérité une fois posée. Par le seul fait de s'accomplir, la réalité projette derrière elle son ombre dans le passé indéfiniment lointain ; elle paraît ainsi avoir préexisté, sous forme de possible, à sa propre réalisation<sup>[6]</sup>. »

C'est bien ici ce qui se produit : la dernière apparition de Motti dans les pages du *Luzerner* étend son ombre sur les précédentes pour constituer l'unité de la démarche perturbatrice. Pourtant cette unité est rétroactive. Un connaisseur du travail de Motti consultera avec intérêt le journal du 8 septembre, comprenant très bien qu'il a affaire à une œuvre d'art, tandis qu'un tel rapport ne peut avoir été celui du lecteur contemporain lucernois. Il était raisonnablement improbable que quiconque considère cette action comme artistique dès le début. Par conséquent, la célèbre question philosophique lancée par Nelson Goodman « Quand y a-t-il art ? » peut être prise à la lettre, car il s'agit bien d'une donnée temporelle, qui plus est – et Gérard Genette commentant Goodman le souligne – elle ne se pose qu'en des termes d'esthétique de la réception<sup>[7]</sup>. Si l'on ratifie l'expérimentalisme de pareilles pratiques, lequel se montre dans l'effort poursuivi pour explorer les limites du domaine esthétique<sup>[8]</sup>, il paraît possible de voir se recouper à propos de *Review* critères évaluatifs et critères descriptifs, à condition d'envisager ces derniers comme rétrospectifs. Pour un goodmanien, le plus important est que les récepteurs comprennent l'incongruité de la présence de Motti dans leur journal comme dotée d'une signification symbolique à partir de laquelle ils peuvent être amenés à conclure qu'il s'agit d'art, le moment venu. Le franchissement de ce seuil symbolique pour n'importe quel objet ou geste banal est ce que le philosophe appelle l'*implémentation*. Elle appelle non pas le geste à fonctionner comme de l'art mais le spectateur à le regarder comme tel. En cela « l'*implémentation*, écrit Goodman, s'étend à tout ce qui fait agir n'importe quoi comme une œuvre d'art<sup>[9]</sup> ». Or ce qui fait agir un événement de la sorte est peut-être aussi ce qui fait réagir. Sans être unilatéral, un ethos de la provocation traverse l'histoire de l'art contemporain. En cela, ce qui met le spectateur sur la piste d'un art sous couverture médiatique, lequel se donne justement dans l'incertitude de sa dimension artistique, tient peut-être de sa rhétorique spécifique, ce qu'en termes austiniens on appelle le *perlocutoire*.

### Captatio Malevolentiae

En marge du temps retard dans lequel le lecteur du journal tout comme le spectateur reçoit l'œuvre, il convient de s'interroger sur son mode de réception car celui-ci est tout à fait particulier. L'œuvre répond en effet de la perturbation<sup>[10]</sup> qu'elle a engendrée. Gianni Motti, après avoir réussi à déranger les lecteurs du *Luzerner*, cesse un temps de se faire photographier dans les journaux. L'œuvre fait le vide autour d'elle.

Le même fonctionnement s'observe pour le canular artiste perpétré par les Yes Men, dont a été victime Dow Chemical, géante de l'industrie chimique. La firme, via

6. Henri Bergson, *La Pensée et le mouvant*, Paris, PUF, 1998, p. 16.
7. Voir Gérard Genette, *L'Œuvre de l'art*, t. 2 : *La relation esthétique*, Paris, Seuil, 1997, p. 265.
8. Jacques Aumont, *De l'Esthétique au présent*, Bruxelles, De Boeck Université, 1998, p. 39.
9. Nelson Goodman, *Of Mind and Other Matters*, Cambridge, Harvard University Press, 1984, p. 145, cité in G. Genette, *L'Œuvre de l'art*, op. cit., p. 262.
10. J'adopte ici la définition donnée à ce terme par Paul Ardenne pour qui la perturbation artistique postmoderne désigne un acte de « sédition mesurée ». Cf., *Art, le Présent : la création plasticienne au tournant du XX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Éd. du Regard, 2009, p. 387 : « Déranger oui, mais sans attendre forcément de cette initiative qu'elle fonde les prémices d'une révolution. Engager un acte polémique, mais sans attendre forcément une productivité factuelle ou symbolique. »

sa filiale Union Carbide, implantée dans la ville indienne de Bhopal, est responsable d'une immense catastrophe écologique qui a dans les années 1980 coûté la vie à près de 17 000 personnes. Choqué que l'entreprise ne se décide pas à reconnaître son implication dans cette affaire, et n'engage pas de campagne de dépollution du site, le collectif artiste crée une fausse page web [dowethics.com] énonçant à grand renfort de langue de bois les raisons « officielles » pour lesquelles Dow ne fait rien. Dupée par le site Internet, la chaîne d'information britannique BBC contacte ce qu'elle pense être un représentant de la firme pour l'interviewer à l'occasion du sinistre vingtième anniversaire de la catastrophe. Il s'agit en réalité d'un des membres du groupe, Andy Bichlbaum. Le 3 décembre, sous le pseudonyme Jude Finisterra, l'artiste annonce en direct pour le compte de Dow le lancement d'une campagne d'indemnisation et de dépollution record de 12 milliards de dollars, simplement financée par le démantèlement d'Union Carbide. L'information, très vite relayée par d'autres médias de masse, est suivie par plusieurs millions de personnes à travers le monde. Quelques heures plus tard la nouvelle s'avère mensongère, la compagnie ayant démenti l'existence d'une telle politique et les Yes Men accordent une interview au journal télévisé de la BBC le jour même de leur canular, dans l'édition du soir. Ce qui apparaît dans ce dernier cas comme une documentation supplémentaire de l'action remplit plutôt la fonction d'en assigner les limites. L'essentiel du travail étant de capter les réactions et dans le même temps les positions de Dow, l'œuvre ne s'achève que suite à une période brève d'observation de la force perlocutoire provoquée par l'annonce. Suite à la prise de position de la firme, obligée de se discréditer publiquement en renonçant une fois encore à prendre ses responsabilités, les Yes Men publient en ligne un communiqué achevant d'épingler le désintérêt manifeste de Dow à l'égard de la population de Bhopal. Après donc avoir surinvesti les signes médiatiques, forçant le spectateur à questionner la confiance qu'il place dans l'information qu'il reçoit, on observe un phénomène de rémission. L'artiste laisse là ce qu'il a défait.

Cette volonté de perturber le cours normal des choses, par l'action mais aussi paradoxalement par l'inaction, ressort d'une stratégie contestataire essentiellement provocatrice. Cette stratégie, analysée dans l'ordre du discours par Marc Angenot, répond au nom de *captatio malevolentiae*. À l'opposé de la *captatio benevolentiae* repérée chez Cicéron par Boèce, il s'agit d'une figure du discours par laquelle le rhéteur retient l'attention de son public en attirant sur lui sa défaveur, visant « l'effet le plus perturbant, comptant susciter ainsi un sursaut d'attention et de curiosité<sup>[11]</sup> ». Le ressort d'une telle action de perturbation, comme plus généralement celle employée par les activistes pour atteindre le public, est de susciter l'agacement, la colère. Aussi était-ce explicitement l'intention des affichistes œuvrant à la fin des années 1980 pour l'association de lutte contre le sida ACT-UP, lesquels associent à une image un slogan n'hésitant pas à admonester le public, et apposant en bas d'image la mention « *this is to enrage you*<sup>[12]</sup> » (« c'est pour vous faire enrager »). C'est aussi sans doute ce que cherche à faire Motti de façon non verbale à travers ses apparitions intempestives. Toujours vêtu du même gilet à rayures noires et blanches, dénoncées par Michel Pastouraux dans l'imaginaire collectif

11. Marc Angenot, *La Parole pamphétaire, Contribution à la typologie des discours modernes*, Paris, Payot, 1982, p. 305.

12. Cf. Richard Meyer, « "This is to Enrage You": Gran Fury and the Graphics of AIDS Activism », in Nina Felshin (éd.), *But is it Art? The Spirit of Art as Activism*, Seattle, Bay Press, 1995.

hérité du Moyen-Âge comme étant l'étoffe du diable<sup>[13]</sup>, l'artiste s'affiche dans la presse en parasite, se contentant d'être simplement là. Il contrevient dans cette posture passive à l'image que le sens commun se fait de l'artiste moderne, tel qu'Henri-Georges Clouzot l'a immortalisé en 1955 dans *Le mystère Picasso*, un film où l'on pouvait voir le peintre à la fameuse marinière dans l'exercice de sa fonction. En dilettante exemplaire, Motti s'impose comme l'anti-Picasso par excellence, ostensiblement occupé à ne rien faire, à ne pas créer. Et pourtant, comme lui, il veut que l'œuvre soit une forme de guérilla.

Pour les Yes Men, la stratégie est bien claire : attirer sur Dow la reconnaissance et le respect par la prise de position forte consistant à se séparer d'une partie de son capital pour porter assistance aux victimes, alors que cette sympathie est induite. Il faudra au spectateur corriger son sentiment, une fois informé qu'en réalité aucune politique de dédommagement n'a été entreprise. Le collectif sera ensuite accusé par les médias d'avoir donné des faux espoirs cruels aux habitants de Bhopal, ce qui souligne encore leur désarroi face au mutisme des pollueurs. Ils s'en justifient dans un entretien :

« Nous avons anticipé le désarroi que nous risquions de causer, mais nous pensions que le dommage serait minime, parce que le démenti arriverait assez vite. Nous considérons que notre objectif en tant qu'activiste était d'attirer l'attention sur ce problème, pas de nous faire des amis<sup>[14]</sup>. »

La poursuite des fins (attirer l'attention au moyen d'une forme moderne de *captatio malevolentiae*) fait quelque peu oublier les moyens. Pourtant à travers eux s'exprime non seulement l'aplomb mais aussi la créativité déployée par les artistes, laissant planer le doute quant à la teneur authentiquement artistique du dispositif. Un des ces éléments de doute peut être trouvé dans l'iconographie éminemment symbolique mobilisée par les Yes Men pour nommer leur faux porte parole de Dow Chemical. « Jude Finisterra » fait ainsi référence à saint Jude, appelé aussi Juda Thaddée (le valeureux), l'un des douze apôtres de Jésus, retenu dans le culte catholique à l'instar de sainte Rita comme le saint patron des causes perdues. *Finisterra* est le latin pour « fin de la terre », exprimant pour Bichlbaum par hyperbole la situation de Bhopal<sup>[15]</sup>. Cette attention au moindre détail signifiant, indépendant de la réussite effective de l'action et de ce fait quelque peu gratuite, plaide pour une artialisation de ce coup d'éclat.

### ARTEFACTUALITÉ RÉUSSIE

Le double sentiment liesse/déception provoqué par le canular peut aussi individuellement contribuer à engager le débat public sur une situation plus importante que la sympathie que s'attirent ou non les Yes Men. Les artistes soulignent ainsi que la situation de Bhopal n'est pas un fait connu aux États-Unis. Malgré sa gravité, l'information n'a pas été relayée sur tous les territoires. Le collectif entend donc donner une idée de la fragilité de la structure censée renseigner les masses sur l'état du monde. Non seulement le pays dans lequel Dow est implanté ne connaît pas sa responsabilité

13. Michel Pastoureau, *L'Étoffe du diable, une histoire des rayures et des tissus rayés*, Paris, Seuil, 1991, p. 27, 131 et suiv.
14. Bridget Hanna, « Les Yes Men à Bhopal, entretien avec Andy Bichlbaum, Mike Bonanno et Sathy Sarangi », J. Volcler (trad.), *Vacarme*, n° 34, 2006, p. 139.
15. The Yes Men, « Jude Finisterra interviewed (2004) », in A. Alberro et B. Stimson (éd.), *Institutional Critique. An Anthology of Artist's Writings*, Cambridge / Londres, Mit Press, 2009, p. 479.

manifeste dans le désastre de Bhopal, mais par ailleurs, la façon dont CNN a approché Jude Finisterra n'avait pas pour objectif de le faire répondre de sa position officielle, mais simplement d'accompagner son auto-description. Dans un passionnant article consacré à l'analyse d'une esthétique du journalisme tendant vers la fiction, Stefan Jonsson résume la redistribution des rôles qu'il observe entre art et médias de masse :

« Quand le journalisme se trouve réduit à n'être rien de plus qu'un miroir des princes, les arts endossent la fonction qui lui est originellement dévolue : la chronique continue qui décrypte les faits de société<sup>[16]</sup>. »

Faire connaître un tel revers à la chaîne d'information britannique, réputé sérieuse, avait donc aussi pour les Yes Men vocation à provoquer un effet d'« électrochoc » – pour utiliser un terme journalistique – et montrer au public que l'actualité, quand elle n'est pas tout simplement trompeuse, reste essentiellement lacunaire et construite tout à la fois.

D'un point de vue épistémologique, la question de la reconnaissance de l'œuvre d'art n'est pas pour autant épuisée puisque les modalités selon lesquelles on peut entretenir avec la perturbation médiatique une *relation esthétique* ne suffisent pas à déterminer en quoi il pourrait y avoir *relation artistique*, soit le commerce avec une œuvre d'art dans la terminologie de Genette. Qu'un objet suscite en nous une attitude esthétique, par laquelle on porte sur lui un jugement de goût désintéressé, n'en fait pas *ipso facto* une œuvre d'art, car il en irait tout aussi bien d'un coucher de soleil<sup>[17]</sup>. En outre, Arthur Danto observe très justement qu'on ne peut pas s'appuyer uniquement sur des considérations d'esthétique de la réception pour isoler la définition de l'art, « puisqu'on a besoin de cette dernière pour identifier les types de réactions esthétiques appropriées aux œuvres d'art par opposition aux simples objets réels<sup>[18]</sup> ». Or, le type d'œuvre qui nous occupe ne marque pas d'opposition avec l'objet ou l'événement réel, mais lui est coextensif. C'est pourquoi il convient d'examiner en dernier lieu son médium.

C'est dans les médias qu'il faut voir le support de l'œuvre, aidé en cela par le concept d'artefactualité développé par Jacques Derrida dans des entretiens filmés. Selon lui, l'actualité procède d'un ensemble d'opérations par lesquelles l'information elle-même est un artefact, d'où le mot-valise. Il observe :

« Si singulière, irréductible, têtue, douloureuse ou tragique que reste la “réalité” à laquelle se réfère l'“actualité”, celle-ci nous arrive à travers une facture fictionnelle<sup>[19]</sup>. »

La chose est connue de longue date. On sait qu'en marge de la sélection géopolitique qui s'opère parmi les événements médiatiques, et qui permet par exemple au championnat de natation de Budapest de bénéficier d'une meilleure couverture en Europe que les inondations meurtrières en Chine d'août 2010, l'information elle-même est un produit

16. Stefan Jonsson, « Facts of Aesthetics and Fictions of Journalism: the Logic of the Media in the Age of Globalisation », in *The Green Room: Reconsidering the Documentary and Contemporary Art # 1*, M. Lind et H. Steyerl (éd.), Berlin, Steinberg Press / New York, CCS Bard, 2008, p. 175. Je traduis.

17. Gérard Genette, *L'Œuvre de l'art*, op. cit., p. 255.

18. Arthur Danto, *La Transfiguration du banal*, Cl.-H. Schaeffer (trad.), Paris, Seuil, 1989, p. 161.

19. Jacques Derrida et Bernard Stiegler, *Échographies de la télévision. Entretiens filmés*, Paris, Galilée, 1993, p. 11-12.

modifié. Maintes fois réécrite<sup>[20]</sup>, la nouvelle est le résultat de plusieurs mises en forme toujours influencées par des politiques dites éditoriales. C'est pourquoi il y a des journaux de gauche et de droite, tandis que les événements qu'ils relatent ne sont pas de nature à appartenir à l'une ou à l'autre. Par conséquent, quand les artistes ou les activistes parviennent à obtenir une visibilité médiatique, ils opposent à l'effet de fictionnalisation dénoncé par Jonssen leur propre fiction. Pour *Review*, comme pour beaucoup de ses œuvres, « Motti se pose dès le départ en acteur du système qu'il pirate<sup>[21]</sup> ».

Encore faut-il y parvenir. L'événement médiatique est d'après Derrida un artefact dans la mesure où existe tout un système qui l'informe. Mais l'événement s'arrache à la trame discursive de l'information parce que lui-même est informe, irréductible au langage. Aussi subsiste-t-il à l'état d'impression<sup>[22]</sup>. Dans cette perspective, considérer le média comme un matériau artefactuel suppose que l'artiste réussisse à faire impression, de façon à être un élément de la composition. S'il n'y parvient pas, il n'existe pas dans l'actualité et l'œuvre ne peut exister. Aussi l'artivisme médiatique, plus qu'une autre forme d'art, nécessite au niveau ontologique une certaine opérativité. Qu'il soit par la suite perçu dans son action médiatique, ou cru dans ses fausses déclarations à la presse, n'est que le corollaire du défi consistant à y apparaître<sup>[23]</sup>.

Voilà donc que cette réflexion sur l'artivisme médiatique se solde par une aporie. Que l'action paraisse dans la presse, rien ne nous assure qu'il s'agit plus d'art que d'une forme de « hacking » (« détournement d'informations ») à visée contestataire, et pourtant cette réussite, cette bravoure, est supposée la qualifier comme œuvre d'art. La relation artistique que réclame Genette est impossible au spectateur non déjà averti qu'il est en face d'une œuvre. Il n'y a donc que la connaissance préalable de l'existence de l'art qui permette de goûter la modalité de la disparition de l'œuvre.

S'il nous a été impossible de trouver le critère par lequel on peut distinguer une œuvre d'art sous couverture médiatique d'une simple farce, voire d'une coïncidence étrange, c'est sans doute parce que l'artiste qui a perpétré ces actions dans les journaux ne s'intéresse aucunement au monde de l'art. Il ne fait plus grâce à l'esthéticien de la commodité offerte par la fabrication de beaux objets, la commodité de les signer, de les défendre contre la critique, le tout en nombre suffisant pour entrer dans les collections. Bien au contraire, Gianni Motti se joue de la commodité et revendique comme son œuvre des éclipses de soleil ou le tremblement de terre de Californie en 1992. En outre, peut-être pour signifier son incapacité de regarder le passé comme appartenant au réel, il refuse de montrer quoi que ce soit dans l'exposition rétrospective qui lui est consacrée au Migros Museum de Zurich, préférant recouvrir les cimaises de larges planches de contreplaqué et engager du personnel pour parler des œuvres au visiteur, mais n'en pas montrer. N'est-ce pas là le signe d'une insubordination au rôle supposé de l'artiste, auquel Motti substitue la fonction de médiateur culturel? Pareillement, en refusant que ses travaux soient implémentés par l'exposition, cette dernière se trouve elle-même exposée, soumise à la relation artistique.

20. Cf. Maurice Mouillaud, « Le système des journaux : théorie et méthode pour l'analyse de presse », in *Langages*, vol. 3, n° 11, 1968, p. 61-83.

21. Fabrice Stroun, « Cushy Job », in *Gianni Motti*, livre d'artiste, Bâle, Pro Helvetia, 1999, p. 14.

22. Jacques Derrida, Alexis Nouss et Gad Soussana, *Dire l'événement, est-ce possible?* Séminaire de Montréal, pour Jacques Derrida, Paris, L'Harmattan, 2001, p. 110.

23. Mais l'artivisme n'est peut-être là que le particulier qui relève du général. Dans sa *Théorie esthétique*, Adorno y insiste : « Le concept d'œuvre d'art implique celui de la réussite. Les œuvres d'art non réussies ne sont pas des œuvres d'art. » Si la prouesse est effective, elle doit avant tout relever pour l'artiste d'une « critique de soi », par laquelle le statut d'œuvre est revendiqué d'abord par son auteur plutôt que décrétée telle par le critique eu égard à sa cohérence. Cf. Theodor W. Adorno, *Théorie Esthétique*, M. Jimenez (trad.), Paris, Klincksieck, 2004, p. 262 et suiv.

Défini par ses refus, l'artiste apporte pourtant une contribution précieuse à l'art actuel, en offrant à l'esthéticien un vrai problème philosophique, celui qui consiste à se demander si l'œuvre d'art ne doit son existence qu'à la confiance que le penseur lui accorde pour déceler l'art, pour le voir se détacher sur fond de réel. Ce problème, comme la présente étude, soulève plus de questions qu'il n'en résout.

Il s'agissait pour nous de mobiliser contre le faux constat que l'œuvre disparaît avec sa matière, le cas d'œuvres dont le mode d'existence est détectable mais ne se donne qu'après coup, dans les produits médiatiques. La relation artistique postulée par Genette ne peut alors que suivre la relation esthétique dans le temps. Cependant, alors que la circonspection ou la défaveur du public faisait signe vers une efficacité de l'œuvre, sa réussite à exister, cette dernière se trouvait neutralisée par la possibilité qu'elle ne fût qu'un simple acte de protestation. L'appellation « artivisme » témoigne à elle seule du renoncement à penser la différence entre un art engagé sous couverture et une forme d'activisme culturel médiatique<sup>[24]</sup>. Au moins peut-on avancer que dans la nébuleuse des motivations qui sont les siennes, l'artivisme n'a pas besoin de recourir à la figure de l'artiste en roi Midas (changeant tout ce qu'il approche en or de l'art) pour en tirer la preuve de la valeur du produit transfiguré. Faire l'hypothèse – et même pour ainsi dire : le pari – de l'œuvre, conduit peut-être à l'aporie de l'indécidabilité entre esthétique et artistique ; un tel geste a au moins l'avantage de comprendre la perturbation opérée au sein des médias, plutôt que de s'abandonner à la subir.

24. Cf. *Cultural Activism Today, The Art of Over-Identification*, BAVO (éd.), Rotterdam, Episode publ., 2007.