

ÉCHEC

Justine Vernier

Mémoire de fin d'études,
Diplôme Supérieur d'Arts Appliqués option design graphique,
à l'École Supérieure d'Arts Appliqués et du Textile
de Roubaix.

Tuteurs de mémoire :
France Latournerie et Cédric Villain.

Roubaix, Avril 2014.

5
INTRODUCTION

8
**AU-DELÀ
DES À PRIORI**

9
CRITIQUE DE LA SOCIÉTÉ DE LA RÉUSSITE

Réussir à tout prix
L'accomplissement de soi
Les paradoxes du succès

10
LA FATALITÉ DE L'ÉCHEC HUMAIN

L'Homme malheureux
L'Homme inadapté et inachevé
L'Homme mort
L'Homme errant
L'Homme et la technique

15
**L'ART EST UN ÉCHEC CAR IL S'ÉLOIGNE
DE L'UTILE ET DU PRAGMATISME**

L'art nous éloigne de la réalité, de la vérité
L'art est incompréhensible, polysémique
L'art est-il rentable ?

17
LE DESIGN GRAPHIQUE PEUT-IL ÊTRE UN ÉCHEC ?

Le design n'est-il qu'une plus value ?
L'artiste et le graphiste, même combat ?
Un design graphique au seuil de l'art

21
**REGARDER
PAR L'ENVERS**

22
LA FIGURE DU « CON »

« Contre »
« Contre-culture »
« Avant »
« Post »

29
LES REVENDICATIONS DU DÉTOURNEMENT

Le détournement et la catachrèse
Les détournements artistiques
Les détournement dans le design

47
L'HUMOUR ET DE LA DÉRAISON

Le rire libérateur
L'auto-dérision
L'idiotie

51
L'INACHEVÉ, LE FIASCO, L'EFFACEMENT

L'inachevé
La question de la fin et la question du début
La non-production et le fiasco
L'effacement

69
LES VERTUS DE L'EFFORT ET DE L'INCONFORT

L'effort suppose la présence d'un « mal ».
Le graphisme vous veut-il vraiment du bien ?
L'inconfort nécessaire
L'art déceptif
Le travail de Vier5 et Paul Cox où l'effort est utile

84

ARTISTE
NON HÉROÏQUE
GRAPHISTE
DE L'ÉCHEC

85

LA CHUTE LIBRE

Le rejet du culte de l'objet
Artiste de la gravité
Non héroïque

95

PERVERSION DES INTENTIONS DU PROCESSUS

Graphiste de l'erreur
Un échec prémédité
Mettre l'utilisateur en échec

108

RENTABILISER L'ÉCHEC

Flops
Une communication de l'échec peut-elle valoriser un produit ?
L'échec comme recette de l'amour

113

OÙ VONT LES RATÉS ?

La collection comme moyen de sauvetage de l'échec
L'échec décomplexé grâce au web 2.0

118

CONCLUSION

120

BIBLIOGRAPHIE

123

REMERCIEMENTS

INTRODUCTION

Pour Jean-Paul Sartre, philosophe français, l'échec est un «écart entre le résultat qu'on visait et celui qu'on obtient¹».

Contrairement à l'erreur, petit écart facilement rattrapable, l'échec est général, global. L'échec est une conséquence, un aboutissement, une fin.

Souvent indépendant de notre volonté, l'échec est la faillite de la réussite. Or nous vivons dans des sociétés où la quête de la réussite est devenue une norme. Cette norme sociale n'est pas écrite ni même enseignée, mais nous sommes clairement dans un monde performatif où la croissance est encensée, où la compétition est perçue saine et où la société se doit d'avancer. Si la norme simplifie et ordonne nos relations sociales, elle pose aussi des problèmes d'uniformisation, de modèle dominant, d'anxiété et de jugement de valeurs éthiques et morales.

Dans ces sociétés en mouvement, l'ambition de réussir est commune à tous, le succès est proposé comme modèle du bonheur, de l'épanouissement personnel que chaque être humain cherche à atteindre, même s'il est souvent conscient que ce modèle obéit à des fins mercantiles. Il y a aussi un paradoxe à ce modèle de bonheur; la réussite est rare et l'échec omniprésent. Combien de perdants pour un gagnant? Combien s'épanouissent quand les autres sont frustrés? Les souffrances, les maladies, les douleurs physiques ou morales, les défaites, les insatisfactions, les frustrations, le sentiment d'impuissance nous rappellent sans cesse l'expression angoissante : « *Væ Victis* »² (malheur aux vaincus).

N'y a-t-il pas une nécessité, un intérêt à reconsidérer, à valoriser l'échec?

Longtemps régit par des canons esthétiques, des règles, des théories ou des conventions, le milieu artistique vit aussi sur un mode normatif de réussite. Tout comme le design qui est soumis à des formes standardisées, associées à des codes fonctionnels, esthétiques, ergonomiques, techniques... Face à la normalisation, « le moi créateur disparaît au profit du moi reproducteur³ », toute forme de créativité serait donc exclue explique le philosophe français Guillaume Leblanc dans *Les maladies de l'homme normal*.

Certains mouvements, certains artistes et plus particulièrement certains graphistes ont cherché à renverser ces normes. Leur volonté était souvent de retrouver une forme de liberté dans l'acte de

création. Ils cherchaient aussi la nouveauté, l'originalité, la singularité. Les normes appellent un désir de hors normes, un désir de transgression. Le désir du changement est sauvage, c'est un désir de fuite, presque enfantin. L'image du poète et de l'adolescent que prend comme exemple Guillaume Leblanc est assez significative. Tous deux engagent des « actes de désappropriation⁴ », leur désir de sortir des normes est un « désir de monde⁵ ». Chercher à s'émanciper des normes est aussi une volonté d'engagement critique face à une société standardisée. Les normes visuelles ont influencé le regard du public, devenu unidirectionnel, unidimensionnel.

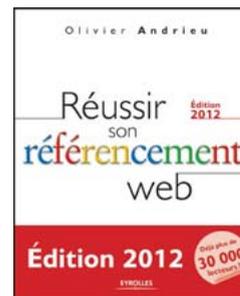
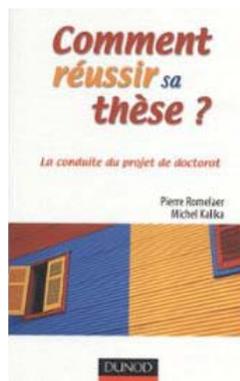
L'échec peut être considéré comme une voie non-conventionnelle, un moyen engagé et politique pour les créatifs de s'écarter les normes dominantes. Il témoigne d'un esprit expérimental et critique envers les normes esthétiques et les attentes conformistes du public.

Mais comment valoriser l'échec dans une pratique graphique ?

L'objectif n'est pas d'apporter une réponse à ces problématiques, mais d'établir un raisonnement autour d'une reconsidération, d'une réhabilitation de l'échec. Tout d'abord, d'un point de vue sociologique, nous montrerons que la notion de réussite est relative à bien des facteurs. Nous parlerons ensuite des mouvements artistiques et des démarches créatives ayant abordées, de près ou de loin, la problématique de l'échec. Et nous terminerons par étudier les enjeux et la question de « faisabilité » de l'échec dans le milieu du design graphique, en vue d'une production.

Il est important de préciser que dans notre champ d'étude, les échecs dont il est question sont revendiqués, décidés, voulus. Nous ne traiterons donc pas (ou peu) de la notion de hasard et d'amateurisme.

1 André Comte-Sponville, *Dictionnaire philosophique*, Paris, Puf, 2013, p. 319.
2 Paroles qu'aurait prononcé Brennus, chef des gaulois après la prise de Rome en 390 avant notre ère.
3 Guillaume Leblanc, *Les maladies de l'homme normal*, Mayenne, Vrin, 2007, p. 25.
4 *Ibid.*, p. 53.
5 *Ibid.*



AU-DELÀ
DES À PRIORI

CRITIQUE DE LA SOCIÉTÉ DE LA RÉUSSITE

Réussir à tout prix

Efficacité, succès, perfection, optimisation, beauté, performance, rentabilité font partie de cette longue liste de mots dont la société occidentale actuelle s'efforce de nous vendre les mérites. Et nous nous accordons à reconnaître qu'ils sont les clés de notre bonheur ou du moins qu'ils sont les garants d'un certain épanouissement. Nous nous fixons alors constamment des objectifs à atteindre afin de pouvoir nous accomplir. L'objectif est un point que nous avons le devoir de viser, un chemin que nous devons absolument emprunter, en sortir serait mal vu, en sortir serait échouer.

9

Celui qui échoue devient celui qui sort de la norme. Or l'exclusion, lorsqu'elle n'est pas voulue, est insupportable à l'Homme civilisé. Pour exister, ce dernier a besoin de la reconnaissance d'autrui. Comme l'explique la philosophe américaine Judith Butler, «le <tu> rend le <je> réel socialement» et elle ajoute «la reconnaissance totale de soi par soi s'avère ainsi impossible tant nos vies sont toujours à situer dans le récit des autres¹». Pour échapper à l'exclusion, nous tendons à nous standardiser, nous entourer de normes, les vies de chacun d'entre nous se ressemblent de plus en plus.

L'accomplissement de soi

Certains pensent que l'argent est une des conditions pour s'accomplir, se réaliser. Selon une enquête I.F.O.P.², six européens sur dix affirment «manquer d'argent pour être tout à fait heureux». L'argent et le bonheur entretiennent, aux yeux des européens, des relations dépendantes. L'argent aurait un rôle inhérent à jouer pour l'accomplissement de soi et c'est d'après cette réflexion que certains cherchent le bonheur au travers de l'argent. La société de consommation peut être en partie responsable de ce genre de raisonnement. Pour s'assurer d'un bon rendement elle use de stratégies visant à associer l'argent comme moyen indéniable pour accéder au bonheur. Bien

que la richesse peut assouvir certains désirs, à long terme elle ne peut pas assurer un bonheur constant. Le paradoxe d'Easterline³, aussi appelé paradoxe du bonheur, soutient qu'un individu de la classe moyenne dont le revenu double ne sera pas plus heureux s'il garde sa position dans l'échelle sociale. Une fois arrivé à un niveau de vie, d'autres conditions sont nécessaires pour s'assurer de la satisfaction, de l'accomplissement de soi, du bonheur.

Si l'accomplissement de soi doit aussi passer par une satisfaction sociale, la société américaine l'a bien compris. Le mythe du «*self-made-man*» fait référence à l'Homme modèle qui ne doit son succès qu'à lui même. Terre de pionniers, l'Amérique s'est construite par le bas. Les colons et les immigrés qui ont bâti ce territoire l'ont fait à la sueur de leur front, à force de persévérance. L'initiative individuelle joue donc un rôle central dans l'esprit américain. C'est l'histoire d'un Homme qui, parti de rien, ne doit sa position actuelle qu'à sa ténacité. Il suffit de le vouloir, c'est le culte de la volonté, le «*Yes you can!*».

Entrez dans n'importe quelle librairie et constatez dans les rayons cette prolifération de livres tels que «Comment réussir sa vie professionnelle?», «Réussir sa vie de couple.», «L'essentiel des choses à savoir pour devenir un bon parent.» etc. Ce type d'édition est appelé par Marie-Claude Sicard, experte française en stratégies de marques, des «*coachs*»⁴; ils nous guident dans nos choix, dans un contexte où les produits et services sont de plus en plus nombreux et tendent à se confondre. Après un passage en caisse, on semble garantir au lecteur le succès en 120 pages. Il s'habitue à consommer du «pré-mâché», du «tout-prêt» (nous retrouvons ici le fantasme du «vite fait-bienfait»), reflétant ainsi cette injonction contemporaine de l'optimisation. Jean-Yves Jouannais, critique d'art et essayiste français, explique que la vie des langues est gérée par une «optimalité paresseuse» qui vise «le minimum de nuances phonétiques pour le minimum d'efforts physiologiques»⁵. Le rapport entre la quantité et la qualité est sans cesse questionné pour satisfaire le consommateur. La tendance est à la perfection des formes brèves.

- 1 Judith Butler, *Trouble dans le sujet, trouble dans les normes*, Paris, Puf, 2009, p. 80.
- 2 Enquête réalisée du 12 au 17 juin 2008, sur un échantillon de 2 500 Européens représentatifs des populations âgées de 18 ans et plus en France, Royaume-Uni, Allemagne, Italie et Espagne.
- 3 Économiste qui fut le premier à identifier cette relation en 1974.
- 4 Marie-Claude Sicard, *Les ressorts cachés du désirs*, Paris, Pearson Éducation France, 2005, p. 231.
- 5 Jean-Yves Jouannais, *Artistes sans oeuvres*, Clamecy, Gallimard, 2009, p.38 .

Il est naïf de croire que la réussite est à la portée de tous, qu'il suffit de suivre une méthode pour s'accomplir. En effet, qui pourrait offrir les recettes d'une réussite universelle? Comment est-il possible de rendre tout le monde heureux avec une politique du bonheur unique? Quelqu'un qui prétendrait faire une politique du bonheur n'existe pas, car il ne peut pas nous rendre tous heureux de la même façon. Il s'agirait d'une fausse promesse. Le bonheur est avant tout une expérience personnelle. Qui détient la vérité? Le plus sage d'entre nous? Paul Watzlawick, philosophe et scientifique contemporain, se demande justement, si c'est le plus sage de nous tous qui doit gouverner, «le seul fait de devoir trouver le plus sage engendre déjà un paradoxe : Qui l'identifiera? Quelqu'un qui est plus sage que le sage?»⁶ Aussi, autour de nous tout n'est que potentiellement, qu'apparemment, parfait, réussi. Nous ne sommes pas à l'abri de l'accident, d'une coupure d'électricité, d'un dysfonctionnement du GPS, d'une maladresse, d'un quiproquo ou d'un lapsus. Face à l'inconnu, survenu de manière impromptue, nous ne savons plus (ou pas) comment réagir. Cela nous rappelle que nous sommes finalement faillibles. Marie-Claude Sicard explique que ce genre de situation incommode est la conséquence du mimétisme de nos comportements. Devant l'inouï nous sommes paralysés car aucun exemple, aucun modèle, ne nous a montré comment réagir. Nous sommes dans un système «mimétique», un système qui nous rend passif et ne nous permet pas de savoir réagir face au hors norme⁷. Dans le film *Fahrenheit 9/11*, le cinéaste américain Michael Moore expose la scène où Georges W. Bush apprend, lors d'une visite dans une école primaire, que les tours du World Trade Center sont attaquées, le président ne bouge pas. Il ne bouge pas pendant de longues minutes, il reste impassible. Cette séquence vise à prouver que n'importe qui, même le plus grand stratège politique, aurait eu cette même réaction. Face à l'inouï, «nous sommes paralysés, parce que nous n'avons aucun modèle de conduite, explique Marie-Claude Sicard. Pas de mimétisme possible. Rien ni personne pour nous dire quoi faire.»⁸

Cette société qui idéalise la réussite est paradoxale. La réussite n'est pas une illusion, mais la facilité pour l'atteindre en est une. En effet, combien d'échecs y a-t-il pour une réussite? L'échec fait partie de l'expérience humaine depuis son origine et nous constitue dans une certaine mesure.

LA FATALITÉ DE L'ÉCHEC HUMAIN

L'Homme malheureux

L'Homme tend à un idéal de perfection et d'accomplissement de soi qui serait concrétisé par l'état de bonheur. Blaise Pascal écrit : «Tous les Hommes recherchent d'être heureux. [...] C'est le motif de toutes les actions de tous les Hommes.»⁹ Le bonheur que recherche la plus part d'entre nous est impossible, car celui-ci se voudrait complet. Certains passent leur vie en quête d'un bonheur qui dépasse les petites réjouissances du quotidien. Ce bonheur là est impossible, car il supposerait que nous puissions satisfaire tous nos désirs, pleinement et sans interruption, ce qui reste irréalisable dans notre monde civilisé. En considèrent le bonheur comme la satisfaction de ses désirs, l'Homme est pris au piège. Schopenhauer semble nous expliquer que l'Homme est fatalement insatisfait : «La vie oscille, comme un pendule, de droite à gauche, de la souffrance à l'ennui; ce sont là les deux éléments dont elle est faite, en somme.»¹⁰ Une fois qu'il aura obtenu l'objet de son désir, il entrera dans une phase de manque. Désirer c'est souffrir, désirer c'est manquer et une fois le désir assouvi on s'ennuie. C'est le cercle vicieux du bonheur. On sait également que le bonheur est un état qu'il semble impossible à atteindre, tant il nécessite une stabilité et une durabilité. Or, la nature de l'Homme étant faite d'instabilité et de changement, il ne peut demeurer dans un état stable. Cette considération engage une remise en question de la définition d'un bonheur s'accordant avec la nature de l'Homme. Autrement dit, parce que l'Homme est un être en devenir, un être perfectible il ne peut atteindre une stabilité et donc le bonheur. L'objectif ultime n'est pas totalement accessible.

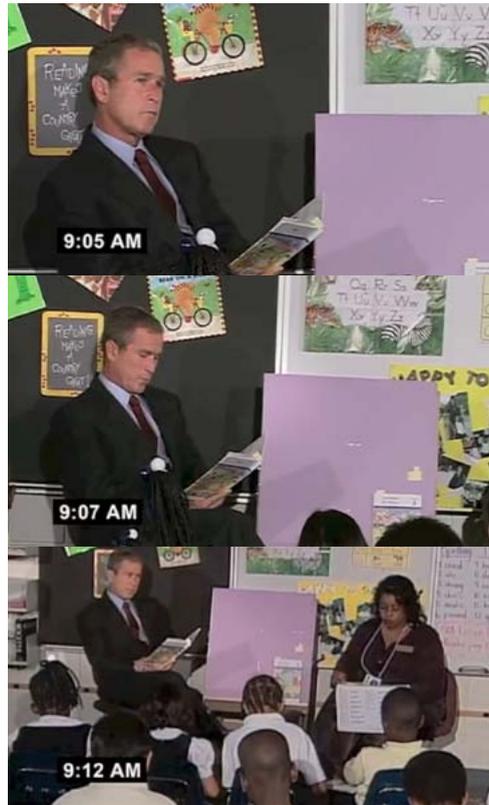
6 Paul Watzlawick, *Comment réussir à échouer, Trouver l'ultra-solution*, Normandie, Seuil, 1998, p. 97.

7 Marie-Claude Sicard, *Les ressorts cachés du désirs*, Paris, Pearson Éducation France, 2005, p. 225.

8 *Ibid.*

9 Blaise Pascal, *Pensées*, 1670.

10 Arthur Schopenhauer, *Le monde comme volonté et comme représentation*, 1819.



Michael Moore,
Fahrenheit 9/11, 2004,
film documentaire, 123 minutes,
U.S.A.

L'Homme inadapté et inachevé

Selon Rousseau, ce qui permet de distinguer l'Homme et l'animal est sa « faculté à se perfectionner »¹¹. Si l'Homme a besoin de se perfectionner, de développer de nouvelles facultés, cela affirme qu'il n'est pas parfait dès sa naissance. En effet, un être parfait n'a pas besoin d'évoluer pour se parfaire. L'Homme ne serait donc que potentiellement parfait, il est améliorable. La notion de « perfectibilité » employée par le philosophe doit être comprise comme une évolution constante. L'Homme est un être en devenir. Si l'on compare les espèces, l'animal « est » alors que l'Homme « devient ». L'animal (hormis celui qu'est l'Homme à son état de nature) naît avec un instinct et des moyens de défense et de survie face à la nature. Il n'a pas besoin d'inventer ou d'apprendre pour assurer sa conservation sur Terre. Sa nature exclut toute forme de progrès. L'Homme quant à lui est en perpétuelle évolution. Par le langage, la technique, les rapports relationnels, l'intellect et la morale l'Homme se distancie de la nature. Au travers des qualités qu'il développe l'Homme assoit son existence et peut déployer une infinité de possibles, car il ni programmé, ni figé. Il possède une histoire, un passé, un présent et un futur. Le philosophe allemand du XIX^e siècle Fichte clarifie le terme : « En un mot, tous les animaux sont achevés et parfaits, l'homme est seulement indiqué, esquissé [...] La nature a achevé toutes ses œuvres mais elle a abandonné l'homme et l'a remis à lui-même. »¹²

L'emprise de l'humain sur la nature ; la maîtrise qu'il a acquise, son affranchissement face ses lois et sa domination sur les autres espèces animales lui confèrent un rang à première vue privilégié. Mais notre espèce n'est pas aussi réussie qu'on ne le pense. Par nature, l'espèce animale est d'ailleurs bien plus adaptée à la rudesse du monde. À l'origine, l'espèce humaine n'est pas achevée, elle est même inadaptée à son milieu. Biologiquement, c'est également une des seules espèces dont l'éducation et la jeunesse nécessite une ou plusieurs années. Là où l'Homme met un an pour apprendre à marcher, un cheval ou une girafe le fait dès la naissance. L'Homme, imparfait, doit acquérir certaines qualités pour pouvoir s'adapter. Ce qui le sauvera c'est la technique, sa faculté à transformer la nature, car sans celle-ci, il est voué à la disparition. L'Homme est le seul être qui doit nécessairement se distancier de la nature pour y survivre. Notre nature est la technique, autrement dit, la culture. C'est par la technique que l'Homme, sans moyen de défense, a pu s'écarter de la nature pour pouvoir la maîtriser. Le mythe de Prométhée de Platon dans le dialogue *Protagoras* exprime cette fatalité de l'Homme ; celle d'être vouée, par nature, à l'échec¹³. Pour l'histoire,

Prométhée sauva l'humanité en lui donnant le feu qu'il vola à Athéna. Mais Zeus le punit pour son acte et le condamna à rester attaché dans les hauteurs, là où chaque jour un vautour lui dévorera le foie.

L'Homme mort

L'Homme mort est une fatalité. Pascal a dit : « L'Homme sait qu'il meurt [...] l'univers n'en sait rien¹⁴. » Il explique ici que l'Homme à conscience qu'il va mourir un jour. À la différence des autres animaux, il sait qu'il est mortel. Il se met alors à penser, il recherche un sens à la mort et repousse l'idée même du néant, les rites funéraires, les sépultures en sont des témoins. Cette connaissance de la mort propre à l'humanité la plonge dans l'angoisse. Cette angoisse n'est pas celle de la mort en soi, mais celle de mourir ; l'événement à venir qui mettra fin à la vie. Mourir est l'instant où l'Homme est vaincu par une chose extérieure sur laquelle il n'a aucune emprise. L'évidence de notre fatalité à l'échec est prouvée par le simple fait que nous sommes mortels. L'Homme est une fin en soi. Même si notre espérance de vie est en perpétuel prolongement, on ne peut échapper à la mort. Dans les jeux vidéo, mourir est assez fréquent. Pour échapper à cela, la solution est de ne pas sauvegarder la partie puis de recommencer, car dans la plupart des cas, le but est de survivre. Il existe toutefois quelques exceptions. *The Graveyard* développé par l'entreprise belge Tale of Tales aborde notre destinée avec justesse, le quotidien d'une vieille dame, si vieille que son seul loisir est de rendre visite à ses amis, au cimetière. Sa carcasse chétive et ses jambes alourdies rendent le personnage pénible à déplacer. Dans la version gratuite du jeu, on ne peut que faire traverser à cette dame l'allée principale du cimetière pour qu'elle puisse au final s'asseoir quelques minutes, parfois quelques heures, sur un banc devant une chapelle. Elle pense à la mort, puis elle rentre chez elle, la journée est terminée. L'esthétique noire et blanc, le visage creusé du personnage accentuent cette réalité poignante. *The Graveyard* est une expérience éprouvante, tous les trois pas, l'aïeule commence à boiter et cette vision devient pour le joueur insupportable. L'incarnation du personnage devient pénible, la lenteur des déplacements de l'avatar peut fatiguer l'utilisateur, qui se sent alors contraint de s'arrêter, de la laisser reprendre son souffle avant de continuer. Pourquoi ne pas

11 Jean-Jacques Rousseau, *Dicours sur l'origine et les fondements de l'inégalité parmi les Hommes*, 1755.

12 Johann Gottlieb Fichte, *Fondements du Droit Naturel*, 1796.

13 Platon, *Premiers Dialogues, Protagoras*, 430 – 432 av. J.-C.

14 Blaise Pascal, *Pensées*, 1670.

rester là, au cimetière ? Il existe une version payante du jeu qui ne contient rien de plus que la version gratuite, si ce n'est qu'une autre fin pour le personnage, la dernière des fins : la mort. Le but de ce jeu ne peut s'écarter d'une critique de la société de consommation, qui cherche à nous faire rajeunir (ne pas avoir de rides ou de cheveux blancs). Cette société glorifie les centenaires, les personnes âgées qui réalisent des performances sportives. Le vocable à même changé ; le mot « sénior » à remplacé le mot « vieux ». Dans ce contexte, les signes d'une mort prochaine sont évincés, cachés. Mourir serait l'échec d'une vie qui s'arrête, toujours trop tôt (hormis dans certains cas). La mort est l'obstacle à la vie idéalisée, la vie éternelle. Dans nos sociétés, la mort est repoussée, la médecine fait progresser l'espérance de vie, la mort est aussi masquée par le développement d'une esthétique des corps qui vise à gommer les imperfections et les signes de vieillesse. Néanmoins, notre emprise sur la mort n'est qu'illusoire, gadget.

Le seul Homme qui possède un pouvoir sur la mort est l'Homme suicidaire. C'est lui qui peut décider du moment (quand), du lieu (où) et de la manière (comment) dont il va mourir. C'est un résultat prémédité. Dans le cas où le suicidaire arrive à mettre fin à sa vie, s'agit-il alors d'un échec ou d'une réussite ? Le suicide est encore souvent considéré comme une faillite, une erreur suprême. Le suicidaire réalise ce qu'on appelle le crime contre soi-même (composé en latin de « sui » (soi) et de « cardes » (meurtre). Souvent jugé faible, déprimé ou inadapté, il ne voit plus aucun sens à sa vie et fait le « grand saut ». Si cette action, cette performance aboutit au résultat souhaité, devrait-on alors la considérer comme réussie ? Si l'Homme décide de se suicider pour achever une vie d'échecs, il sera néanmoins le seul à la conclure par un acte réussi. « La lutte elle-même vers les sommets suffit à remplir un cœur d'Homme. Il faut imaginer Sisyphe heureux. » explique Albert Camus au sujet du *Mythe de Sisyphe*¹⁵. Nous pourrions alors nous demander si un suicide c'est rater sa vie ou plutôt réussir sa mort ?

L'Homme errant

En plus d'être mortel et voué à l'échec par nature, l'Homme est aussi destiné à l'errance, il s'agit même du propre de l'Homme explique le philosophe français Michel Foucault : « La vie a abouti avec l'Homme à un vivant qui ne se trouve jamais tout à fait à sa place, à un vivant qui est voué à errer et à se tromper. »¹⁶ La différenciation entre animal et humain est annoncée par le philosophe et médecin français,

Georges Canguilhem dans *Des études d'histoire et de philosophie des sciences* : « L'Homme se trompe quand il ne se place pas à l'endroit adéquat pour recueillir l'information. »¹⁷ Errer signifie dans ce cas, ne pas être à l'endroit convenu pour recevoir la bonne information, mais alors rencontrer d'autres informations. « La connaissance est donc une recherche inquiète »¹⁸, renouvelée par les erreurs du vivant humain.

L'Homme et la technique

La technique est le produit de notre culture. Elle permet de domestiquer la nature et de faire reculer nos peurs. Elle est le reflet de notre succès face à l'échec qui nous était prédit à l'origine (celui de l'Homme à l'état de nature). Les machines, dont nous sommes si fiers, affirment et incarnent notre réussite. Mais les facultés qu'un Homme a acquises ne sont pas des composantes essentielles de son être, il risque alors de les perdre à tout instant, contrairement à celui qui n'a rien acquis et qui n'a donc rien à perdre. Si une génération ne transmet pas ses savoirs, sa culture, sa technique etc. à la génération suivante, l'évolution de l'espèce humaine peut être altérée, compromise. En outre, l'évolution de nos techniques nous assigne à savoir utiliser ce qui se présente à nous au présent et nous oublions presque « comment on faisait avant ». Dans le livre *L'invention du quotidien*, l'art de vivre dans la société de consommation est étudié par les auteurs, Luce Giard et Pierre Mayol. Ils développent l'histoire des arts de « faire », depuis la sphère privée, jusqu'à la sphère publique. Ils écrivent : « Le changement ne concerne pas seulement l'ustensile ou l'outil et le geste qui l'utilise, mais le rapport d'instrumentation qui s'établit entre l'utilisateur et l'objet employé. Autrefois, la cuisinière se servait d'un outil simple, de type primaire, qui remplissait aussi des fonctions simples ; sa main fournissait l'énergie de mouvement, elle dirigeait le déroulement de l'opération, surveillait la succession des moments de la séquence d'action et pouvait se représenter mentalement le processus. Aujourd'hui, elle emploie un outil élaboré, de type secondaire, au maniement compliqué ; elle n'en comprend véritablement ni le principe ni le fonctionnement. Elle alimente cet

¹⁵ Albert Camus, *Le Mythe de Sisyphe*, 1942.

¹⁶ Michel Foucault, *Dits et écrits*, 1994 ; cité dans Guillaume Le Blanc, *Canguilhem et les normes*, Paris, Puf, 1998, p. 97.

¹⁷ Georges Canguilhem, *Des études d'histoire et de philosophie des sciences*, Vrin, 1969, p. 364 ; cité dans Guillaume Le Blanc, *Canguilhem et les normes*, Puf, Paris, 1998, p. 97.

¹⁸ *Ibid.*



Tale of Tales,
The Graveyard, 2001,
capture d'écran du jeu vidéo,
Belgique.

objet technique en ingrédients à transformer, puis elle déclenche le mouvement en appuyant sur un poussoir, et recueille la matière transformée sans avoir contrôlé les étapes intermédiaires de l'opération. Autrefois, la cuisinière mettait chaque fois en application son savoir-faire, elle pouvait perfectionner son tour de main, faire montre d'ingéniosité. À présent, n'importe qui peut utiliser l'objet industriel aussi bien qu'elle, elle est devenue le spectateur déqualifié qui regarde la machine fonctionner à sa place.¹⁹» Les nouvelles générations d'usagers ne pratiquent plus comme les anciennes, elles perdent progressivement une richesse culturelle liée à l'usage. L'évolution du savoir-faire engendre paradoxalement sa disparition.

Les machines ont certes été le moyen de notre survie, mais elles deviennent aussi aujourd'hui un moyen possible de notre perte. Si nous ne changeons pas nos comportements, notre addiction, notre dépendance aux machines, celles-ci peuvent nous conduire à notre disparition. En soi, la technique n'y est pour rien, le problème est plutôt la valeur qu'on lui donne. Nous possédons aujourd'hui les moyens de mettre fin à notre vie sur Terre. Ce qui était un moyen de libération par rapport à la nature peut devenir un moyen d'auto-destruction. Nos technologies sont devenues tellement puissantes et complexes, que leur pouvoir nous dépasse. En créant la bombe nucléaire, l'Homme s'est donné le pouvoir d'exterminer toute forme de vie sur Terre y compris son espèce.

En outre, les machines nous ont à ce point fait apprécier la perfection que l'on en viendrait presque à les préférer à nous-mêmes. Rousseau disait que l'intellect et la raison ont certes progressé mais que le cœur s'est asséché²⁰. Les machines font mieux que l'Homme, si bien que l'on se retrouve dévalorisé. L'ère étant à la digitalisation, nous considérons de moins en moins l'Homme, notamment dans sa qualité sensible, émotionnelle. On voudrait un humain plus performant plus rationnel, en cela nos machines sont plus efficaces. Selon le philosophe français Paul Watzlawick, « nous nous déshumanisons, nous adoptons le style de vie de nos esclaves techniques », il ajoute avec cynisme que même « les yeux d'un chat [...] tout ça devra être digitalisé » par cette phrase il exprime notre attachement à tout rationaliser même nos rapports affectifs, comme si la rationalisation permettrait un contrôle sur le sensible, sur l'archaïque²¹. Notre rapport à l'humanité serait bousculé, car dans un monde où s'installe la digitalisation « n'est-il pas beaucoup plus simple de construire une relation viable avec un ordinateur plutôt qu'un être humain ? »²²

Là où la technique, propre à l'Homme, déploie des effets potentiel-

lement néfastes à la nature et à l'espèce humaine, l'art peut trouver sa place. L'art transforme aussi la nature, à sa façon. Il permet une distanciation, un écart critique alors que la technique augmente notre pouvoir de la détruire.

L'ART EST UN ÉCHEC CAR IL S'ÉLOIGNE DE L'UTILE ET DU PRAGMATIQUE

L'art nous éloigne de la réalité, de la vérité

Pour définir ici ce qu'est l'art nous nous appuyerons sur le livre X de *La République* de Platon. C'est au travers du personnage de Socrate que Platon expose sa réflexion sur l'art et la représentation²³. Il fait la liste de différentes manières de produire. Tout d'abord il y a l'idée, le concept; ce qui nous vient en premier à l'esprit. Dans un second temps, il y a la fabrication; c'est lorsque l'artisan, designer d'aujourd'hui manipule ses outils pour construire. Enfin il y a l'art, la représentation; il s'agit par exemple de la toile du peintre. Socrate demande alors à son interlocuteur, Glaucon, quelle est la forme la plus réelle. Socrate démontre qu'il s'agit de l'idée, car c'est l'idée qui arrive en premier. C'est la forme qui s'approche le plus de notre vérité initiale. La toile d'un peintre s'est inspirée du sujet fabriqué, réel dans l'espace, lui-même étant le prolongement de l'idée qui l'a fait naître. Les arts s'éloignent donc de deux degrés de l'idée. Le réel perçu et retranscrit sera toujours inférieur en degrés de l'idée première. Il s'agit de faux semblants, des illusions qui certes, nous plaisent. En

19 Luce Giard et Michel De Certeau, *L'invention du quotidien*, T2, Gallimard, 1994, p.298—299; cité dans le mémoire de Kévin Torrini, «L'intuition et l'usage», p. 70.

20 Jean-Jacques Rousseau, *1^{er} Discours*, 1750.

21 Paul Watzlawick, *Comment réussir à échouer, Trouver l'ultra-solution*, Normandie, Seuil, 1998, p. 65.

22 *Ibid.*

23 Platon, *La République*, livre X, Athènes, 315 av. J-C.

ce sens, l'art peut alors être une forme d'échec car il s'éloigne de la vérité, de la réalité de l'idée.

Il faudra attendre la première moitié du XX^e siècle pour voir apparaître un mouvement d'artistes qui cherche à s'affranchir du «faire». En art conceptuel, l'acte de réalisation, la production, le faire, est confronté à la réalité physique. La production ne peut pas atteindre la beauté, la perfection imaginée. Lors de la réalisation, lors de la concrétisation, des facteurs, des paramètres imprévisibles entrent en compte. D'un certain point de vue, la représentation, l'objet d'art, ne peut être formellement la représentation parfaite de l'idée de l'artiste. Jean-Yves Jouannais indique que l'objectif de l'art conceptuel est justement «la dématérialisation de l'art; l'idée, ou le concept, en vient à primer sur la réalisation matérielle de l'œuvre²⁴». Joseph Kosuth, figure emblématique de ce mouvement, énonce que le fait d'inscrire l'art dans une forme est irrecevable parce que toute réalisation s'échoue, au mieux, dans le formalisme, au pire, dans le décoratif.

L'art est incompréhensible, polysémique

16

L'art peut également être perçu comme un échec, car il n'est jamais totalement compréhensible. Lors d'un discours, le sculpteur américain David Smith expliquait que «personne ne comprend l'art sauf l'artiste parce que personne n'est aussi intéressé par l'art, par sa quête, par sa création que l'artiste lui-même. Cela ne signifie pas empêcher quiconque de jouir d'un art quel qu'il soit. La vraie manière de comprendre l'œuvre d'art est de parcourir le chemin par réaction visuelle, par une méthode similaire à celle de l'artiste pour arriver à l'œuvre²⁵». Le sens d'une œuvre d'art se découvre aussi par l'esprit. Trouver le sens d'une œuvre permet de l'apprécier davantage, en tant qu'esthète. Or, on n'a jamais épuisé le sens d'une œuvre d'art. Malgré toutes nos recherches, toutes les explications, sur le contexte de création, politique, historique, artistique, sur la vie de l'artiste ou sur les règles esthétiques de l'époque, il restera toujours cette chose inexplicable, propre à l'œuvre qui nous fait dire qu'on l'aime (ou non). Il y a «ce truc en plus» qui dépasse l'intellect, la raison. Il est même frustrant parfois de ne pas pouvoir expliquer, faire partager aux autres, notre attrait, notre intérêt, notre passion ou encore notre engouement. «On n'a pas les mots». En ce sens, l'art fera toujours parler de lui, c'est un puits sans fond à propos duquel il y aura toujours à dire. On ne comprendra jamais totalement l'œuvre. Elle possède un sens nouveau à chaque regard. Sa polysémie rend sa

rationalisation impossible. L'artiste Marcel Duchamp ajoute à cela l'importance du regard du spectateur. Pour lui, le sens d'une œuvre est aussi variable d'un individu à un autre. «C'est le regardeur qui fait œuvre» disait-il. Les mouvements de la perception, de la pensée qui s'accordent à nos données culturelles intimes enclenchent des interprétations personnelles, uniques.

L'art est-il rentable ?

L'art, en plus d'être une forme d'échec parce qu'il s'éloigne de la vérité et qu'il n'est que partiellement compréhensible est aussi en décalage par rapport à notre contexte actuel. Il ne sert pas à remplir les conditions de rentabilité que prône notre société. Il échappe à l'usage comme à l'utile.

Il existe bien pourtant un marché de l'art. Warhol disait «faire de l'argent c'est de l'art²⁶». Cette phrase, certes provocatrice, est une vérité sociologique. Depuis la renaissance, il existe des mécènes et aujourd'hui des œuvres sont cotées en bourse. L'art n'est pas pur, ni indemne. Les artistes sont parfois devenus des business men, ils font travailler des gens. L'art est parfois soumis à une valeur marchande, à des impératifs de rentabilité.

Bien que l'on sache qu'il existe un marché de l'art, on ne peut pas dénier que l'art est avant toute chose une expérience sensible et qu'il s'agit d'une activité qui n'est pas immédiatement rentable. L'œuvre d'art vise à satisfaire des intérêts spirituels et sensoriels. L'expérience sensible, esthétique peut provoquer le plaisir subjectif. Chacun est susceptible de faire la rencontre du beau, du sublime au travers d'une œuvre. Mais cette rencontre n'est ni démontrable, ni quantifiable, ni mesurable. Elle ne peut être qu'éprouvée subjectivement, car elle échappe en partie aux contingences matérielles et économiques du monde. Ne serait-elle pas, de ce fait, illusoire ? C'est un plaisir passager dont on pourrait se passer. En effet, on peut très bien vivre, correctement, humainement, sans art. Dans *Condition de l'Homme moderne*, la philosophe allemande du XX^e siècle Hannah Arendt, dit que l'œuvre d'art peut être «écartée de la vie²⁷» quotidienne, tant elle fait partie des choses inutiles pour vivre. «Elles

24 Jean-Yves Jouannais, *Artistes sans œuvres*, Clamecy, Gallimard, 2009, p.115.

25 David Smith, *Écrits et discours*, «L'esthétique, l'artiste et le public», Paris, ENSBA, 2007.

26 «[...] Making money is art and working is art and good business is the best art.»

27 Hannah Arendt, *Condition de l'Homme moderne*, Paris, Calmann-Lévy, 1961.

sont les seules choses à n'avoir aucune fonction dans le processus vital de la société; à proprement parler, elles ne sont pas fabriquées pour l'Homme, mais pour le monde, qui est destiné à survivre à la vie limitée des mortels, au va-et-vient des générations. Non seulement elles ne sont pas consommées comme des biens de consommation, ni usées comme des objets d'usage: mais elles sont délibérément écartées des procès de consommation et d'utilisation, et isolées loin de la sphère des nécessités de la vie humaine²⁸.» écrit-elle dans *La Crise de la culture*.

Une œuvre d'art a un caractère désintéressé car inutile, un objet technique a lui un intérêt et un usage précis. On n'a peut-être pas besoin d'assister à des performances artistiques pour vivre, mais on a souvent l'usage de chaises et de tables.

Si le champ artistique semble déconnecté du réel pragmatique, qu'en est-il du design? La qualité fonctionnelle qu'offre un objet du design, permet-elle un rapport plus adéquat avec notre société utilitariste?

17

LE DESIGN GRAPHIQUE PEUT-IL ÉCHOUER?

Le design est d'emblée concerné par le pragmatisme de notre société relevé précédemment. Contrairement à l'artiste, le designer vise à intervenir dans l'ordinaire, le quotidien. Il répond clairement aux attentes utilitaristes des consommateurs et d'un commanditaire. Pour Marie-Claude Sicard, le designer est avant tout fonctionnel, il se doit obligatoirement de «servir le produit, le service, la marque²⁹» et pourvoir à son efficacité. On pourrait dire que le design vise une réussite pratique.

Le design n'est-il qu'une plus-value?

Le rôle du designer ne se limite pas à celui d'un technicien, d'un producteur, il tente d'apporter quelque chose que ne générera pas uniquement la technique et que n'apportera pas non plus le marché

(c'est-à-dire, ni l'ingénierie, ni l'industrie et ni le marketing). Le design se situe à un carrefour. Il vise certes à servir, le plus habilement possible le désir des usagers, des consommateurs, des clients, tout en travaillant avec le poids et l'influence du marketing. Sa créativité est aussi un reflet du monde ambiant, des phénomènes actuels. Dans un même temps, le design peut produire et permettre, comme l'art, une qualité d'expérience du sensible et de l'esthétique. On ne peut donc pas catégoriser le design, il s'agit d'une discipline complexe qui peut se situer au seuil de l'art. Les frontières entre art et design sont parfois poreuses, difficiles à saisir.

L'artiste et le graphiste, même combat?

On ne peut se cantonner à dire que l'art répond aux besoins spirituels de l'homme, tandis que le graphisme serait un moyen de communiquer des messages informatifs. L'un comme l'autre évoluent.

Dans cette partie nous nous attarderons sur cette question qui fait tant débat aujourd'hui dans le domaine du design graphique: la posture [ou imposture] du graphiste-auteur a-t-elle toujours sa place dans le design? En effet, la démarche du graphiste-auteur s'apparente à celle d'un artiste et bouscule ainsi la définition du «graphiste tout court» qui répond à une commande. Nous ne tenterons pas d'y apporter une réponse, mais plutôt de dresser un constat de la situation ambiante afin de comprendre la suite de notre propos.

Le graphiste, interprète du marketing, metteur en scène du langage, servant une commande et guidé par un cahier des charges, a le rôle de communiquer au public l'énoncé d'un commanditaire. Le tout, en usant des outils, des formes et de la culture qu'il possède. Roman Jakobson, penseur russe influent du XX^e siècle, explique que le graphiste crée pour permettre «au discours de parler de lui-même³⁰». Mais, comme tous les compositeurs-interprètes, il se rêve en auteur. Le graphiste n'est pas complètement libre, il agit sous la contrainte d'une commande. Jean-François Lyotard, philosophe français du XX^e siècle, résume ainsi la situation des arts appliqués (incluant de fait le design graphique): «C'est un art subordonné; appliqué, comme on dit. Il exige du graphiste une humilité de serviteur, une humiliation peut-être. Le graphiste signe un contrat, il est

28 Hannah Arendt, *La Crise de la culture*, Paris, Gallimard, 1972.

29 Marie-Claude Sicard, *Les ressorts cachés du désirs*, Paris, Pearson Éducation France, 2005, p. 129.

30 Roman Jakobson, *Essais de linguistique générale*, Paris, Minuit, 1963.

maître (en principe) de choisir la chose que son objet va promouvoir. Mais le contrat stipule que l'objet doit promouvoir la chose. Il interprète donc, mais ici au sens d'un comédien, qui est un serviteur lui aussi.³¹» Dans la plupart des commandes, la production graphique est au service d'une idée, d'un message, d'un concept tout en répondant à une demande extérieure indépendante. Le graphiste doit œuvrer dans l'intervalle plus ou moins important entre la demande, qui est en fait une commande, et une pratique graphique et plastique sensée y apporter une réponse, tout en satisfaisant une exigence personnelle ou collective (dans le cadre d'une école ou d'un studio rassemblant plusieurs personnes par exemple). Le statut de graphiste-auteur peut lui permettre de dépasser son statut de commissionnaire de l'industrie et du marché et développer une forme d'autonomie qui légitimerait ces décisions, choix graphiques et esthétiques. Le graphiste-auteur trouve, dans le dépassement du respect du contrat, une certaine délivrance. Depuis quelques temps, on constate une certaine remise en question chez les graphistes. Bon nombre de transgressions des règles et des codes d'usages ont amené le graphiste-auteur à reprendre le pouvoir. La philosophe Marie José Mondzain explique au sujet des graphistes-auteurs que «contrairement à la lisibilité instantanée, immédiate, des messages de communication, le graphiste produit des objets qui demandent du temps, qui exigent de la patience pour que se construisent cet écart des corps, cette diversité des rythmes qui cherchent dans le partage du sensible à créer l'espace et le temps public où la parole trouve sa place. Produire des énigmes visuelles qui mobilisent la pensée et convoquent la parole est la seule voie pour que le graphisme participe à la constitution d'un espace commun³²». Cette vision inscrit la question de la lisibilité au centre de la problématique du langage visuel, propre au travail des graphistes.

Un design graphique au seuil de l'art

Le graphiste parisien Pierre Bernard croit «trop à la présence nécessaire de l'engagement personnel et artistique dans l'acte graphique pour penser qu'on puisse faire l'économie d'être auteur pour le pratiquer³³». L'affiche du Festival de Chaumont 2013 a fait couler beaucoup d'encre. Ce qui a fait débat dans cette production du graphiste parisien Christophe Jacquet (dit Toffe), c'est sa porosité; l'affiche oscille entre art et graphisme. L'écriture est presque illisible, elle force le lecteur à déchiffrer les informations. Le message principal est desservi. La déformation des lettres s'affranchit des règles de typographie. La lisibilité n'est plus un mot d'ordre, ici prime plutôt la

prise de risque. La distance prise avec les normes habituelles et la présence de l'identité esthétique de l'artiste, confèrent à cette réalisation un statut ambigu. Est-ce de l'art ou du design? Pierre Ponant, journaliste pour étapes magazine, écrit : «Chez Toffe, ce qui importe plus que l'objet fini, c'est l'énergie mise au service du procédé de création et d'organisation, d'installation ou de construction de ce dernier. Pour favoriser l'émergence d'un espace critique, hybride, entre la communication visuelle et l'art contemporain.³⁴» Ce design, où la frontière entre esthétique et fonctionnalité comporte des degrés variables, où la posture du créateur tend à l'indépendance, où les contraintes sont remises en question, ce design peut s'orienter dans la même direction que l'art, dans sa tendance à faire primer les processus esthétiques, la symbolique et l'engagement. Il voit au-delà de l'efficacité, dépasse les contraintes de l'utile et du pragmatique. De ce point de vue, peut-il être considéré comme un échec?

À l'état originel, à l'état de nature, l'Homme est inadapté, c'est une espèce prématurée. Délaisée par la nature, il a la responsabilité de l'évolution de son existence, car si l'animal est un être fini, l'Homme quant à lui est en devenir. Il est perfectible. Sa quête de perfection révèle un manque de perfection et son désir de bonheur en révèle le manque. Si on entend parler de «refaire sa vie», serait-ce qu'elle aurait été «défaite»³⁵? Nos vies ne sont jamais telles qu'on les désire. Schopenhauer écrivait «Nous sommes tous nés en Arcadie, autrement-dit nous entrons dans la vie pleins d'exigences de bonheur et de jouissance, et nous avons l'espoir fou de les réaliser jusqu'à ce que le destin nous tombe dessus sans ménagement³⁶.»

Le remède face à un tel constat serait de moins désirer ou de «désapprendre à espérer», car «à avoir trop d'attentes on se retrouve forcément déçu», explique Sartre³⁷.

Si on regarde, avec objectivité la réalité, les échecs nous entourent,

31 Jean-François Lyotard, *Moralités postmodernes*, Paris, Galilée, 1993, p. 47; cité dans Vivien Philizot, «Avant-gardes et élites», *Articulo*, 2007.

32 Allocution de Pierre Bernard en 2006.

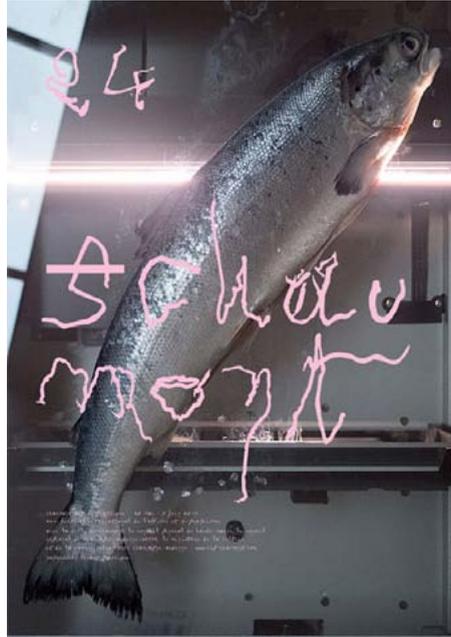
33 Propos de Pierre Bernard dans Thierry Chancogne, «2 ou 3 choses que je sais d'elle», *Salutpublic*, 2009.

34 Propos de Pierre Ponant dans «Festival de Chaumont : Décryptage de l'affiche», *Poncifs*, 2013.

35 Guillaume Lebanc, *Les maladies de l'homme normal*, Mayenne, Vrin, 2007, p. 165.

36 Arthur Schopenhauer, *L'art d'être heureux*, Paris, Seuil, 2001, p. 30.

37 Définition de Jean-Paul Sartre; citée dans André Comte-Sponville, *Dictionnaire philosophique*, Paris, Puf, 2013, p. 319.



Christophe Jacquet,
affiche du Festival International
de l'affiche et du graphisme, 2013,
Chaumont, France.

ils sont presque le propre de l'Homme. Arrêter de chercher le succès et la réussite à tout prix ne pourrait-il pas être un pas vers la sérénité, plus proche sentiment du bonheur que la nature ait à nous proposer? Cherchons plutôt une alternative qui permettrait la réhabilitation de l'échec. Et même, puisqu'il est fatalement présent pourrait-il y avoir des vertus à l'échec? L'échec a au moins le mérite de nous rapprocher du monde, de la réalité physique du monde. Paul Watzlawick semble nous prouver dans son livre Comment réussir à échouer, que le monde réel se manifeste lui-même uniquement là où nos constructions échouent. Échouer c'est vérifier. En ce sens, la définition anglaise du mot échec (de échec et mat) à savoir «check» se traduisant par le verbe «vérifier», semble plus favorable à l'acceptation des opportunités ou des qualités propre à l'échec. En plus d'être un moyen de nous rapprocher du monde, envisager l'échec au quotidien nous permettrait de le connaître davantage et de savoir l'appréhender. On a déjà là, un certain besoin d'adhérer à l'échec.

REGARDER
PAR L'ENVERS

La défaite de l'idéal normatif, du bonheur donné comme modèle a déjà été envisagée dans le domaine de l'art. Des mouvements se sont levés en contre-pied d'une normalisation. Dans un ordre chronologique, nous soulèverons les enjeux et revendications de quelques uns de ces mouvements initiateurs. La trace qu'ils ont laissée dans l'histoire des arts est marquante. Leur empreinte est encore aujourd'hui très influente sur nos contemporains.

LA FIGURE DU « CON »

« Contre »

CONtradiction, CONtraste, CONtraire, CONtre-champ, CONtre-culture, CONtestation, la figure du « con » et plus précisément du « contre » exprime au sens premier un mouvement à revers, un mouvement par opposition ou un mouvement de résistance.

22

Dans ses nombreux sens, il est étonnant de constater tous les paradoxes que ce mot peut faire émerger. « Contre » peut à la fois exprimer la proximité, le contact (le tableau est posé contre le mur), l'opposition à quelque chose ou à quelqu'un (il est contre le statut privilégié de l'artiste), mais aussi la protection, la défense (une révolution contre l'oppression), ou encore la comparaison (le salon des refusés fit 300 entrées contre 200 entrées pour le salon officiel), ou l'échange (je donnerais bien ma collection contre ce seul tableau). De façon générale, le « contre » implique toujours une relation dynamique et active avec un référent. Dans cette polysémie du terme, il est assez simple d'accorder à chaque sens, les ambitions de trois différents mouvements engagés de l'histoire de l'art. À savoir, les mouvements culturels contestataires, celui de la contre-culture, celui du modernisme avec ses avant-gardes ainsi que celui du post-modernisme. Le sens des préfixes « contre », « avant » et « post » est important à comprendre afin de différencier ces trois phénomènes de l'histoire.

« Contre-culture »

La contre-culture est par définition ce qui va à l'encontre, c'est ce

qui s'érige contre elle, la révèle, s'en démarque, la conteste et la renouvelle à la fois.

En 1863, le jury du Salon officiel de l'Académie refuse le tableau du *Déjeuner sur l'herbe* de Manet, sous le prétexte qu'il représente une femme nue dans un contexte contemporain. De nombreuses autres œuvres de jeunes peintres faisant aussi polémique, l'empereur Napoléon III décrète en 1863, la tenue d'un Salon des Refusés, regroupant les œuvres n'ayant pu être présentées au Salon officiel de l'Académie. Ce salon a un immense succès, dépassant celui du véritable salon. Manet devient naturellement le chef de file de ces peintres rejetés, de tous les exclus de la société. Cette querelle aboutira à la perte d'autorité et de pouvoir de l'Académie, laissant place à des courants picturaux comme l'impressionnisme ou le réalisme.

Un demi siècle plus tard, la célèbre exposition des « arts dégénérés » est organisée par le troisième Reich de Hitler, ancien peintre raté. Ce nom a été attribué par les nazis qui refusaient tout art moderne, considérant qu'il faisait de l'ombre à l'art « officiel », appelé aussi « art héroïque ». Le seul objectif de cette exposition était de prouver que les artistes de l'avant-garde ; les expressionnistes, les dadaïstes, les membres du Bauhaus, étaient des personnes dégénérées, séniles, dérangées, folles ou schizophrènes, en sommes déviantes car jugées hors normes. L'enjeu de l'opération reflétait la mise en place de la propagande nazie et consistait à faire passer ces artistes persécutés et bâillonnés pour des terroristes. Dans cette collection itinérante se trouvait Picasso, Dalí, Klee, Chagall de nombreux surréalistes et abstraits, aujourd'hui devenus pour la plupart des artistes fondamentaux.

La contre-culture porte en une forme d'activisme et de révolte. Même si l'action de contestation peut sembler, à première vue, emblématique, l'expérience nous prouve à quel point elle est nécessaire. Selon le *Cogito* du philosophe moderne René Descartes, penser c'est d'abord dire non, c'est douter de tout¹. La contre-culture appelle à la remise en question et à la distanciation parfois nécessaires. Dévier peut être un devoir de résistance contre la norme et le danger de la passivité. Il serait légitime de s'assurer de rester libre par une forme d'activisme citoyen. Elle est qualifiée d'« *underground* », de « culture alternative », de « culture-parallèle », d'« anti-culture », de « sous-culture », preuve de sa complexité. Peut-être est-ce là une de ses qualités : celle d'errer, d'évoluer sans cesse, au point de ne

¹ René Descartes, *Le Discours de la méthode*, 1637.



Édouard Manet,
Le Déjeuner sur l'Herbe, 1862–1863,
Musée d'Orsay, Paris.

pouvoir être signifiée de manière fixe et arrêtée, brisant ainsi l'évidence de sa définition. La posture du contre est nécessaire dans un contexte où règne une pensée dogmatique.

La *new wave* des années 1970 est une révolution contre-culturelle. Elle se compose de différents courants comme le *grunge*, le *punk*, le *metal*, le *hardcore*... Le genre musical *grunge* incarne les doutes et les revendications de la génération X. « J'ai 19 ans et je me sens vieux » déclare Robert Smith du groupe The Cure². La vision du monde est désenchantée. Le groupe anglais Radiohead chante « *I'm a creep, I'm a weirdo* » [je suis un minable, je suis un raté] en 1992 dans le morceau « *Creep* », par là il définit cette génération de jeunes se déclarant inaptes, revendiquant le statut du perdant romantique dans un contexte économique morose.

Dans le livre *Contre-cultures!*, les auteurs Christophe Bourseiller et Olivier Penot-Lacassagne tentent de distinguer les préfixes « contre » et « avant ». Ils estiment que les contre-cultures représentent, pour les années 1960, 1970 et jusqu'à une certaine période, ce que les avant-gardes ont signifié pour le début du XX^e siècle aussi bien sur le plan artistique que sur le plan politique. La contre-culture et les mouvements d'avant-garde développent deux modes de la contestation différents. En effet les contre-cultures apparaissent comme des irrptions contestataires et révolutionnaires, alors que les avant-gardes sont plutôt des mouvements présentant de nouvelles ambitions.

Deleuze et Foucault, les philosophes de « l'anti » et du « contre », (Deleuze au travers du livre *Anti-Œdipe* et Foucault au travers de son concept de « contre-conduite »), mettent en valeur des luttes aussi bien pratiques que théoriques. Pour Deleuze il s'agira de s'élever contre le fascisme et pour Foucault de défendre la société. Dans le terme « contre-conduites », qu'il développe dans son cours « Sécurité, territoire, population », il exprime sa volonté de résistance face aux conduites automatiques. Les contre-conduites sont définies par Foucault comme « des mouvements qui cherchent aussi, éventuellement en tout cas, à échapper à la conduite des autres, qui essaient de définir pour chacun la manière de se conduire³ ». La figure du contre est ici une réaction face à une situation existante au sujet de laquelle il serait bon de s'affranchir. Lorsque Foucault utilise le terme « contre-conduites » il affirme sa préférence pour le préfixe « contre » ou « anti » signifiant une résistance manifeste au préfixe « avant » des avant-gardes (notamment politiques), car il pense que ces dernières prétendent à une place supérieure et tendent à une forme de nouvelle suprématie.

Les préfixes « contre » et « avant » qui distinguent la contre-culture des avant-gardes ne les éloignent pourtant pas tellement, tant ils s'opposent tous deux à quelque chose, « culture » et « garde ». Par des actes, des idées ou des pratiques, tous les deux ont été des éléments décisifs du changement, instaurant un rapport différent du passé, du présent et du futur. Parfois certes minoritaires, l'impact qu'ils ont eu a tout de même affecté des comportements collectifs et agit sur les modes de pensée comme de production artistiques.

« Avant »

Les avant-gardes sont composées d'artistes précurseurs, d'éclaircisseurs, de groupes d'écrivains, de peintres, de musiciens intervenant dans le domaine des œuvres, des idées, des pensées et des textes. Les philosophes français Gilles Deleuze et Félix Guattari écrivent à ce sujet : « Nous manquons de résistance au présent. La création de concepts fait appel en elle-même à une forme future, elle appelle une nouvelle terre et un peuple qui n'existe pas encore⁴. » L'avant-garde est un champ de tous les possibles, l'apparition du futur au présent et l'annonciation de la période suivante. La notion de dépassement ou de déplacement est l'un des fils conducteurs des mouvements avant-gardistes. Ces derniers appellent à la nouveauté. L'innovation est le terme clé, une priorité, de l'avant-garde. Cette volonté de nouveau est donc en rupture avec les conventions, les avant-gardes amènent les artistes du XX^e siècle à en créer de nouvelles. L'avant-garde n'est pas le fait d'un artiste isolé, mais plutôt d'un groupe qui s'unit pour défendre sa production, la lutte étant un passage obligé pour la diffusion de leur vision nouvelle du monde. Il n'y a donc pas une seule avant-garde mais bien plusieurs, constituées de groupes d'artistes plus ou moins organisés. Ce fut le cas de la *beat generation*, des situationnistes, des surréalistes, des dadaïstes, des futuristes, des lettristes, du mouvement fluxus, des *happenings*, du mouvement panique, du *body art* ainsi que du *neen art*, du *vjing*, des *anonymous* et tant d'autres. Nous allons nous pencher sur certains d'entre eux et tenter d'expliquer en quoi leur vision, par l'envers, a-t-elle été nécessaire et génératrice.

2 Christophe Bourseiller et Olivier Penot-Lacassagne, *Contre-cultures!*, Paris, CNRS, 2013, p. 237.

3 Michel Foucault, « Sécurité, territoire, population », Cours au Collège de France, 1977–1978, p. 198 ; cité dans *Contre-cultures!*, Paris, CNRS, 2013, p. 176–177.

4 Gilles Deleuze et Félix Guattari, *Qu'est-ce que la philosophie?*, Paris, Minuit, 1991 ; cité dans *Contre-cultures!*, Paris, CNRS, 2013, p. 166.

l'homme de lettre, Tristan Tzara, a dit : « La poésie est pour tous⁵. » Cette phrase caractérise en partie l'idée principale du mouvement littéraire de la *beat generation*, à savoir libérer l'écriture et par la même occasion les esprits. Une des opérations fortes et radicales du mouvement est celle du « *cut-up* ». Il s'agit d'une pratique littéraire similaire à celle du *sampling* en musique et à celle du collage dans le domaine de l'image, cette technique aléatoire imaginée par l'artiste et auteur Brion Gysin et mise en pratique par l'écrivain américain William Seward Burroughs dans les années 60. Il s'agit d'un texte dont l'unité, à priori inviolable, se trouve transgressée. Les ciseaux deviennent l'instrument d'une écriture refondue, résultat violent d'une coupure, d'une incision. Le *cut-up* devient une nouvelle langue, l'écriture devient lacérée et re-découpée. Elle se réarrange pour produire un texte nouveau. Au même titre que le cadavre exquis, cette technique permet de s'affranchir des règles et provoque des interprétations multiples et individuelles. Le *cut-up* sert à défaire la cohérence, déjouer l'illusion pour aussi redistribuer. C'est avant tout une position éthique, un geste de résistance, de refus et d'émancipation. Elle incarne un principe contestataire à l'ère de la consommation de masse.

25

Après la *beat generation*, dans les années 1960, apparaît les OuXPo, un nouveau mouvement de création artistique qui cherche à se distancier des normes. OuXPo signifie un Ouvroir d'X Potentiel : le terme « ouvroir », (recouvrant anciennement des œuvres de charité) a été réutilisé pour le rapprochement entre « ouvroir » et « œuvre », « X » désigne un domaine artistique (il existe par exemple les Oulipo pour la littérature, les Oubapo pour la bande dessinée, les Ougrapo pour le design graphique), « potentiel » est utilisé dans le sens de ce qui est possible, réalisable si l'on suit certaines règles. Ces ouvroirs se donnent pour objet d'investigation le travail sous contrainte. Leurs recherches se veulent plus « logiques » qu'« expérimentales ».

Le situationnisme est un mouvement radical international qui fait une critique incisive de la société moderne. Dans les années 1960 et 1970, des révolutions éclatent partout dans le monde, l'emprise grandissante de la marchandise et de l'État soulève les peuples. Les situationnistes proposent de réinventent le projet de la révolution prolétarienne dans les conditions qui étaient celles de leur temps. Ils placent la lutte des classes au cœur d'un mouvement subversif. Dans leur manifeste ils réclament aux pays développés de nouvelles conditions de vie, l'effacement du travail au profit d'un nouveau type d'activité libre, l'autogestion généralisée, une société sans esclave. Les situationnistes ont la volonté d'expérimenter de nouvelles formes

d'existence et de communauté en rupture avec l'ordre établi. La théorie ou le concept de *dérive*, développé par les situationnistes, est un exemple de vision posée par l'envers sur nos villes. C'est regarder et éprouver différemment les déplacements que nous vivons au quotidien, c'est un renoncement aux déplacements automatiques que nous pratiquons par habitude. Il s'agit de se laisser aller au hasard comme aux sollicitations du terrain et des rencontres et penser le déplacement dans la ville de façon plus passionnelle et sensible. La *dérive* est un moyen de permettre une approche « psychogéographique » de la ville. Ce terme est défini en 1955 par Guy Debord, chef de file du mouvement, comme une « étude des lois exactes, et des effets précis du milieu géographique, consciemment aménagé ou non, agissant directement sur le comportement affectif des individus »⁶. L'approche « psychogéographique » est un comportement déroutant du matériel spatial urbain que défendent les situationnistes au travers d'œuvres graphiques comme *The Naked City* de Guy Debord à Paris en 1957.

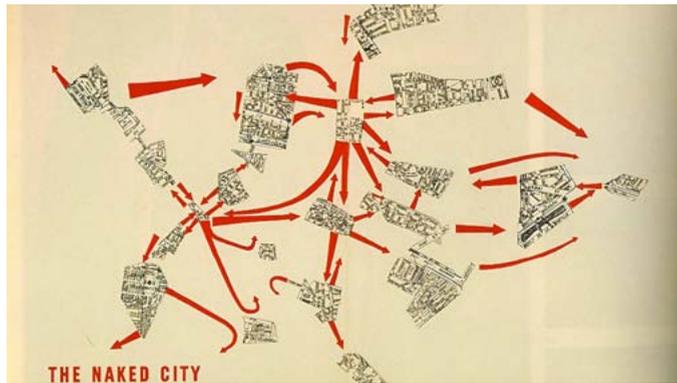
Plus que tout autre groupement, l'Internationale Situationniste privilégie l'art de la critique et s'en remet au travail du négatif pour dessiner les traits d'une société nouvelle. Elle s'oriente ensuite vers une critique de la société du spectacle, ou société « spectaculaire-marchande⁷ » au travers notamment l'écrit de Guy Debord dans *La Société du Spectacle*. L'année 1962 incarne la séparation entre artistes et révolutionnaires ainsi que l'exclusion de ces premiers.

Le rôle révolutionnaire de l'art moderne a culminé avec le dadaïsme. Créé par un groupe de jeunes intellectuels révoltés par la guerre, ces anticonformistes et provocateurs publient des revues pour exprimer leurs idées et surtout choisissent l'humour et la dérision pour s'opposer aux conventions sociales et apporter un peu de légèreté à cette époque d'après-guerre. La naissance du mot « dada » à Zurich, en 1916, est survenue par hasard lorsque Tristan Tzara et l'écrivain Richard Huelsenbeck décident de glisser un papier dans un dictionnaire. C'est celui-ci qui a déterminé le nom du mouvement. Le dadaïsme a tenté de détruire toutes les conventions dans l'art. La remise en question iconoclaste de l'œuvre artistique ou littéraire par Marcel Duchamp, Tristan Tzara, Arthur Cravan et leurs amis s'est inventée à travers un processus de radicalisation. Partant d'une contestation de l'art institutionnel et de la notion de droit d'auteur,

5 Christophe Bourseiller et Olivier Penot-Lacassagne, *Contre-cultures!*, CNRS, Paris, 2013, p. 44.

6 *Ibid.*, p. 47.

7 Guy Debord, *La Société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1992.



Guy Debord,
The Naked City, 1957,
découpage de plans de Paris,
illustration de l'hypothèse des plaques tournantes
en psychogéographie.

les créateurs en sont venus progressivement à questionner la place même des avant-gardes dans la société. Leurs choix esthétiques ont déterminé des engagements politiques et leur force a culminé dans le dépassement de ce qu'est l'art.

En 1921, lorsque Man Ray, colla une rangée de quatorze clous sur un fer à repasser, il créa sans le savoir l'objet surréaliste qui deviendra une des icônes du mouvement. Le *Cadeau*, est le nom qu'il donna à cet objet. Il transforma la fer d'une façon inquiétante et son aspect fonctionnel disparut. Cet anti-cadeau incarne le concept de «*ready-made*», c'est-à-dire un objet existant, déjà fait, que l'artiste s'approprie en lui donnant une nouvelle définition. La transformation qu'opère Man Ray d'un élément de la vie domestique ordinaire en un étrange objet innommable avec des connotations sadiques, illustre la puissance de l'objet dada et le surréalisme qui échappe aux règles de la logique et de l'identification classique des mots et des objets. *La Fontaine*, œuvre très célèbre de Marcel Duchamp, confère elle aussi par son nom une toute nouvelle qualité à l'objet. Le titre se différencie du terme usuel d'«*urinoir*» et inspire ainsi à une chose plutôt romantique et ironique, tant il déclenche l'imaginaire. Les intentions de Man Ray, qui pourraient être considérées comme simple dérision des fonctions du fer, sont beaucoup plus subtiles. Man Ray ne détruit pas, il modifie et enrichit. Dans ce cas précis, il fournit un nouveau rôle, une nouvelle histoire, un nouveau sens au fer à repasser. Arturo Schwarz, courtier et auteur d'une monographie de Man Ray a écrit : «Le Cadeau est un produit typique de l'humour à double tranchant de Man Ray. Ses implications sadiques ne doivent pas être soulignées. Son aspect érotique est révélé par la remarque de Man Ray : «Vous pouvez déchirer une robe à rubans avec ce fer. Je l'ai fait une fois et j'ai demandé à une belle fille de couleur, âgée de dix-huit ans, de la porter en dansant. Ainsi son corps se dévoilait lorsqu'elle dansait et se déplaçait. C'était comme une médaille de bronze en mouvement. C'était vraiment beau⁸.»

Le mouvement dada est novateur, il devance et rompt avec la tradition. Il provoque et donne de l'implosion au développement des idées. La valeur d'une œuvre d'avant-garde se trouve dans son caractère inouï. Il n'y a pas un modèle éternel du beau, l'artiste doit concentrer dans sa production l'essence de la modernité, encore en gestation avec la volonté manifeste de dépasser le strict cadre esthétique et culturel de l'art pour investir le champ de la réflexion et de l'action politique.

En rejetant les codes, les règles et les traditions du passé, les avant-

gardes ont fait place libre à l'innovation et à la création. Mais on sait qu'il s'agit d'une histoire sans fin. Si chaque mouvement artistique nie les fondamentaux du passé pour éclairer le présent et possible-ment le futur, le temps a raison de son renouvellement perpétuel. En ce sens, les avant-gardes ne nous quitteraient jamais et le processus serait le même pour chaque époque. Sachant que le modernisme ne supprime pas les lois existantes, ne brise pas les règles mais en apporte de nouvelles, celles-ci seront elles-même remises en cause. Nous pourrions alors nous demander : Pourquoi ne pas accepter les formes d'art et engagement idéologiques des prédécesseurs et les intégrer au présent? C'est là toute la différence entre AVANT-garde, et POST-modernisme. La première se détourne du passé pour s'impliquer au présent voir même au futur, tandis que le second s'imprègne du passé pour lui donner un nouveau souffle.

«Post»

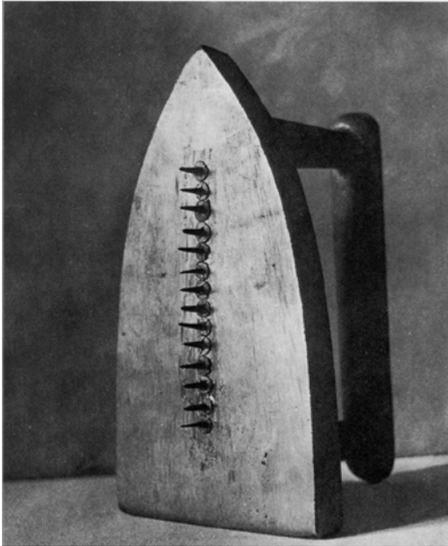
Les productions du postmodernisme ont quelques similitudes avec les œuvres modernistes, mais leurs visées sont différentes. Si le modernisme cherchait à créer un monde nouveau, le postmodernisme accepte le monde tel qu'il est. L'artiste postmoderne a su acquérir une grande connaissance de l'histoire et une maîtrise des techniques académiques. Jean-François Lyotard, philosophe connu pour son usage critique de la notion de postmodernité, explique que : «Le «post» de postmoderne ne signifie pas un mouvement de *come back*, de *feed back*, c'est à dire de répétition, mais un procès en «ana», un procès d'analyse...»⁹. Le post-modernisme, c'est le fait d'accepter l'héritage artistique et de s'en servir, d'exploiter les matériaux dans une perspective moderniste, c'est-à-dire d'utiliser des formes qui avaient été mises précédemment à l'écart.

L'enjeu du courant déconstructionniste, qui s'inscrit dans le postmodernisme, n'est pas de détruire, mais de démanteler et de réinscrire. Le but est de changer les structures et les rendre différentes voir même «différente»¹⁰. Jacques Derrida, philosophe français qui a créé puis développé la notion de déconstruction, est aussi l'inventeur du mot «différance», il suggère d'empêcher la fermeture conceptuelle d'une signification. Le terme «différance» marque tout d'abord un écart par ce «a», que l'on voit mais que l'on n'entend

8 Arturo Schwarz, *Man Ray: The Rigour of Imagination*, Londres, 1977, p. 208.

9 Jean-François Lyotard, *Le postmoderne expliqué aux enfants*, Galilée, 2005.

10 Le terme «différance» provient d'une conférence prononcée par Derrida en 1968 à la Société française de philosophie.



Man Ray,
Le Cadeau, 1921.

pas, par rapport au mot « différence ». La différence est la différence qui renverse le sens unique et dominant d'une même chose ; elle signifie qu'il n'y a ni d'origine, ni de forme close. Différer, c'est ne pas être identique, c'est déplacer, glisser, déjouer. La différence est en devenir, elle lutte contre les significations figées, elle est le déplacement des signifiants.

Si le modernisme se caractérise par la recherche de l'originalité et la volonté de création de formes nouvelles, inédites, le postmodernisme lui, admet réutiliser des formes existantes, y compris les plus familières. La distinction hiérarchique que faisait le modernisme entre une culture élitiste et la culture populaire s'écroule et les deux deviennent des possibilités égales. Tout en acceptant le passé, le postmodernisme s'adapte au présent.

Si la contre-culture, les avant-gardes et le postmodernisme apportent différents sens à la notion de « contre », il semble cependant qu'un point commun les réunit : ils se caractérisent tous par une position engagée. Leurs critiques, leurs revendications ne sont pas des actes gratuits mais surtout des actes politiques et éthiques. Leur volonté de contestation, de révolution, d'innovation ou d'acceptation font naître des pensées engagées avec des objectifs libérateurs, novateurs.

Contrarier, contredire est aussi une posture qu'interprète le principe de détournement. Les *ready-mades* furent les investigateurs de ce procédé. Aujourd'hui encore pratiqué, le détournement a le pouvoir d'incarner de nombreuses revendications.

LES REVENDICATIONS DU DÉTOURNEMENT

Le détournement et la catachrèse

Le détournement, du verbe « détourner », signifie l'action de changer, s'écarter, dévier quelque chose ou quelqu'un de sa direction initiale. C'est l'amener à renoncer, à se détacher d'une destination d'origine. On remarque une proximité avec la définition du verbe échouer, à sa-

voir ne pas atteindre la cible qu'on vise, le résultat auquel on aspire. Dans ce sens, le détournement peut être un moyen, un outil d'échec.

La très ancienne notion rhétorique qu'est la catachrèse, consiste à détourner un mot ou une expression. Cette figure de style s'associe alors au principe de détournement. « Le pied d'une table » ou « être à cheval sur une chaise » sont des exemples de catachrèse. Désignant en général l'usage détourné d'un outil, la catachrèse suggère la notion de deuxième vie. Elle s'éloigne des significations, non pas uniquement pour s'y opposer, mais en vue d'une nouvelle réalisation. La mobilisation subjective qu'engage la catachrèse génère une action de détachement-rattachement.

L'expérience, la pratique du détournement est donc une source de libération de par son détachement face aux conventions ou aux codes. Guillaume Leblanc écrit : « Le quotidien s'invente dans les détournements que l'Homme ordinaire produit lorsqu'il se retourne nécessairement sur les normes pour les réaliser¹¹. » Il exprime ici l'idée que, grâce au détournement, l'Homme se défait de toutes normes, et peut ainsi faire l'expérience de la vie tout en créant de nouvelles normes. Les détournements peuvent être vécus au quotidien, sans forcément qu'on ne s'en aperçoive. Par exemple, la bière que l'on s'accorde exceptionnellement après le travail peut-être perçue comme un détournement en soi. Il s'agit d'une dérive dans notre planning. Guillaume Leblanc la définit comme « une activité ordinaire qui est le moyen d'un usage de soi¹² ». Il nous montre que par cette opération d'individualisation, on se détache des normes. La personnalisation est un style, une forme d'autonomie. C'est une distance produite dans la vie ordinaire. Le style donne une certaine liberté à celui qui la réalise. Aujourd'hui, avoir un style est un écart accepté, toléré, car le style contribue à l'acceptation et l'attachement aux normes : il n'est pas créateur mais re-créateur de normes. Il s'agit d'une variation subtile de la norme. Le style est un détournement qui renforce alors l'attachement puisqu'il suscite une réali-sation de la norme.

Les détournements artistiques

En art, le terme « détournement » fut d'abord employé par le mouvement situationniste. Le détournement intervient en règle générale

11 Guillaume Leblanc, *Les maladies de l'homme normal*, Mayenne, Vrin, 2007, p. 158.

12 *Ibid.*, p. 159.

lorsque le sens ou la fonction originale d'une oeuvre, d'un objet ou d'une matière existante se voit modifié. C'est un procédé artistique qui consiste à récupérer un signifié qui deviendra signifiant (d'un nouveau signifié). Autrement-dit, c'est ré-utiliser quelque chose pour un usage ou une représentation différente de celle d'origine. Ce qui nous intéresse dans le détournement c'est sa capacité à annuler, à mettre en échec un sens ou une fonction première.

Pendant la période surréaliste, ce qu'on appelle *ready-made* est un objet existant, déjà fait, que l'artiste détourne et donne à voir au public. Initiés par Marcel Duchamp, les *ready-mades* soulèvent de nombreuses questions et surtout remettent en question le concept d'oeuvre. Ils ont constitué une étape transitoire et de rupture au coeur de l'histoire de l'art. L'exemple emblématique en terme de détournement peut être celui de la Joconde de Marcel Duchamp. Au travers d'un détournement, l'oeuvre interroge la place de l'humour ainsi que le rôle et l'importance du titre. La Joconde initialement peinte par Léonard de Vinci, fut l'objet d'un détournement par Marcel Duchamp en 1919, qui dessine des moustaches et un bouc sur une carte postale de Mona-Lisa, *L.H.O.O.Q.*, un nouveau *ready-made* était né. L'artiste donne une nouvelle interprétation et rompt avec le sens que Vinci avançait. D'un certain point de vue, la Joconde de Duchamp met en échec la Joconde de Vinci. La parodie confère une portée ironique. Le rire que l'oeuvre peut produire est possible tant la Joconde a atteint une distance assez éloignée de l'originale. L'ironie est permise quand le détournement est marquant, sinon l'ambiguïté persiste et on ne peut pas rire dans l'ambiguïté. La parodie amusée désacralise la Joconde originale. Ce qui la démystifie aussi, c'est le titre que Duchamp lui donne; *L.H.O.O.Q.* Prononcé «elle a chaud au cul», ce nouveau nom confirme la visée ironique de l'oeuvre. Inscrit sous le visuel, le titre donne une nouvelle dimension à l'oeuvre, «c'est comme ajouter une couleur de plus»¹³ dit l'artiste. Le titre contribue fortement aux oeuvres utilisant le principe de détournement, la réaction de l'oeuvre par rapport au titre est inévitable.

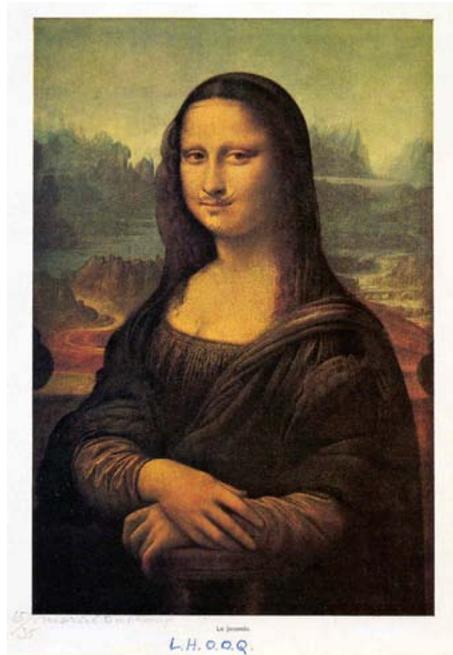
Pendant le mouvement déconstructiviste, le contournement des règles du graphisme est à un point culminant. Le mot «déconstruction» dans le domaine du design, est défini par Chuck Bryne et Martha Witte, designers des années 1990, comme la «décomposition d'un élément» dans le but d'en «décoder» les constituants pour qu'ils agissent comme des «informateurs» sur celui-ci ou sur les hypothèses ou les convictions que nous en avons¹⁴. La déconstruction ne fait que démonter une chose dans l'espoir d'en «réinventer» la forme et d'en «revitaliser» l'écriture. Pendant les années 1960

et 1970, dites post-modernes, les déviations et les détournements sont considérés comme condition au progrès. Les inventions de Jamie Reid, grande figure du mouvement, se revendiquent «anti-graphiques»¹⁵. Il tente de détourner les médias, pour s'assurer d'une attention vers lui, en créant par exemple des autocollants sur du papier fluorescent (associé au style promotionnel), tels que «économie de l'essence, brûlez les voitures», «offre spéciale, ce magasin fait bon accueil aux voleurs» en les placardant dans les rues des Londres. Son oeuvre phare reste la couverture du 45 tours des Sex Pistols, *God save the Queen*. Ami du groupe, Jamie Reid a carte blanche, il a ainsi l'opportunité de s'adresser librement au grand public. Sur cette pochette, il masque la bouche et les yeux de la reine d'Angleterre en y plaçant des bandeaux servant à la partie textuelle du produit. Les bandeaux signifient la censure que les Sex Pistols et le mouvement punk en général subissent de la part du gouvernement. En détournant ainsi l'image officielle de la reine d'Angleterre, il fragilise son autorité et son caractère sacré. Le groupe détourne des images déjà existantes : celle de la reine mais aussi des affiches de mai 68 que Jamie Reid recycle. En usant d'outils de communications rudimentaires, en étant dans l'économie de moyens et en utilisant des solutions bon marché (comme la photocopie ou la sérigraphies), leurs images de mauvaises qualités insistent sur le fait que tout style graphique est acceptable dès lors qu'il sert efficacement le propos et l'objectif pratique. Le graphiste Terry Jones, lance en 1980 le magazine *i-D* dont le créneau à l'époque était de transmettre les tendances de la culture populaire et les styles de rue. Il usa des moyens techniques propres au mouvement punk pour l'esthétique de sa revue (annotations au stylo, pochoirs, machine à écrire, photocopie...). L'imprécision et le chaos servent à l'évolution du graphisme. Les acteurs du postmodernisme questionnent les frontières entre la culture graphique populaire et la culture officielle. Le détournement visuel d'une affiche de voyage en une affiche publicitaire pour une montre Swatch, par le graphiste américain Paul Scher en 1986 en est un bon exemple. Dans sa ré-appropriation, Paul Scher reprend les éléments clés de l'original et ajuste le tout dans une visée commerciale. Le personnage à l'affiche regarde le consommateur, le nom de la marque est mis en évidence (deux fois plus grand et de couleur rouge). Ce qui appartenait à une banale communication régionale devient une affiche publicitaire placardée dans les grandes villes.

13 Charlotte Montpezat, «Cent ans de ready made : et pourtant, elle tourne!», *Huffingtonpost*, 2013.

14 Rick Poyner, *Transgression graphisme et post modernisme*, Paris, Pyramid, 2003, p. 49.

15 *Ibid.*, p. 38.



Marcel Duchamp,
L.H.O.O.Q., 1919,
Musée National d'Art Moderne,
Centre Georges Pompidou, Paris.



Terry Jones,
i-D, n°28, 1995,
couverture de magazine,
R.-U.

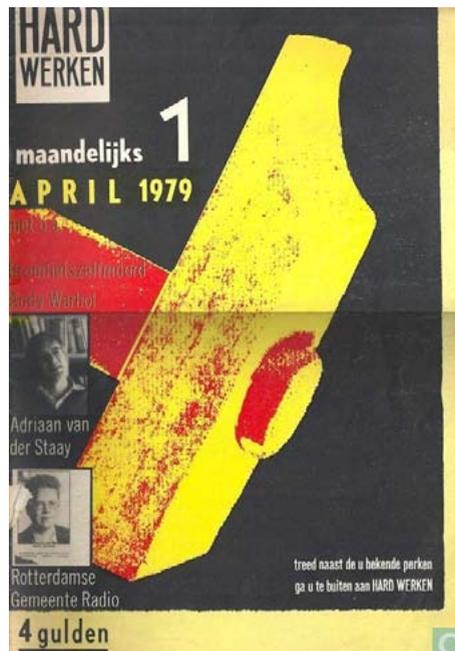


Jamie Reid,
God Save the Queen, 1977,
couverture de 45 tours, Virgin Records,
R.-U.



Herbert Matter,
affiche de voyage, 1934,
Suisse.

Paula Scher,
affiche pour montres Swatch, 1986,
USA.



Hard Werken,
Hard Werken, n°1, 1979,
couverture de magazine,
Hollande.

Un autre matériau principal en graphisme, la typographie, a aussi été détournée. Délaissant sa fonction originale (celle de la lisibilité et de la transmission d'un message), elle devient illisible et prend sens lorsqu'elle devient image. L'association *Hard Werken* (dur labeur), qui réunit plusieurs graphistes, réalise l'identité graphique du magazine du même nom, en Hollande. Ils rejettent la perception fonctionnaliste du graphisme, figée par la profession. Leur composition se détourne de toute fonctionnalité typographique. Ils revendiquent l'«anti-typographie»¹⁶. Leur souci n'est pas associé au fonctionnel mais à l'image globale, même si elle est parfois illisible. Pour des commandes dans le milieu culturel, ils transgressent les codes. Des typographies flottantes, des textures irrégulières et une instabilité générale caractérisent leurs travaux. Leur design expérimental défie les règles et les approches conventionnelles. Leur groupe évolue et leur design deviendra commercial. La tendance est à la destruction, les conventions sont remises en question par les graphistes professionnels qui se rendent bien compte que l'opinion change et qu'il faut s'adapter. Quoi qu'il en soit, certains conservateurs camperont sur leurs positions, jugeant ce style lamentable et d'une complexité superflue. Dans la même veine, en 1984, Neville Brody expérimente le démontage progressif de la table des matières du magazine *The Face*. Grâce à son processus, mois après mois, il rend le mot illisible et abstrait. Le rôle, l'usage de la table des matières est détourné. Tout comme dans le travail de Katherine McCoy, P.Scott Makela et Mary Lou Kroh dans leur livre *Cranbrook Design : The New Discourse* (1990), où une ligne de faille verticale traverse les essais, divisant alors le texte en deux parties. Les habitudes de lectures sont ainsi bousculées et le lecteur doit faire face à un nouveau type d'automatisme. La composition typographique inattendue provoque un trajet de lecture alternatif. La destruction des écritures standard permet d'accentuer l'aspect graphique et d'établir des relations non-linéaires entre les mots, ce qui engendre de nouvelles possibilités de lecture. Dans ces exemples, la typographie se détourne de toute fonctionnalité, elle emprunte le chemin de l'illisibilité, qui fût au cœur des pratiques du mouvement déconstructionniste.

La copie peut aussi être une forme de détournement en soi. À l'inverse des *ready-mades*, qui utilisent l'original tel qu'il est, la copie permet à l'artiste de s'approprier davantage l'objet initial et de pouvoir s'en écarter. Par ses choix techniques, il re-produit et ainsi donne son empreinte à l'oeuvre. On peut alors se demander si la copie reste légitime? Y'a-t-il acte de création dans la copie? N'est-ce pas de l'anti-jeu?

Dans son essai *Artistes sans-oeuvres*, Jean Yves Jouannais s'intéresse de près à ce questionnement. Il insiste tout d'abord sur le fait que la copie est un geste créateur, du moins re-créateur. «Recopier n'est pas rien faire» dit-il¹⁷. Dans certains cas, là où l'artiste-copieur a la volonté de reproduire à l'identique l'oeuvre, il «réduit la production à la reproduction», il est dans le «respect et le souci de ne rien ajouter». Il s'agit déjà là d'une pratique artistique complexe qui nécessite une maîtrise, une prise de décision et un savoir-faire. Pourtant la copie a souvent été jugée comme négative, régressive. La copie était le gage du perdant, une sorte de «pénitence», une «action stupide», un «retard obligé» afin de reconquérir sa place. Elle était l'espace hors-jeu qui nous tenait à l'écart, en retard. Elle avait ce rôle ennuyeux et retardateur comme la punition que l'on donnait aux enfants lorsqu'ils se tenaient mal.

La copie est aussi l'étape nécessaire à l'apprentissage de la peinture académique par exemple, en recopiant les grands maîtres. Au fil du temps pourtant la copie s'est vue attribuer une nouvelle charge critique, celle de l'ironie. La parodie devient une hauteur plutôt qu'un affaissement. La copie en art a trouvé sa place dans la pratique du détournement, notamment à partir de la période moderne. Jean Yves Jouannais explique : «La copie avouée des oeuvres se veut l'occasion d'un grand rire. Une facétie qui marque combien l'illusion de la postérité s'est consumée.» Puis il cite Lautréamont, copiste, qui disait que «le plagiat est nécessaire, le progrès l'implique»¹⁸. Il s'agit là de dépasser une certaine forme d'autorité induite par les modèles. En art la copie peut aussi être une sorte d'hommage. Le choix du *Déjeuner sur l'herbe* s'impose à Picasso parce que c'est une des oeuvres fondatrices de la peinture moderne. Ce tableau porte la marque du scandale qu'il a provoqué au «salon des refusés» de 1863. La modernité de Manet est essentielle pour Picasso, qui porte lui aussi, depuis la présentation des *Demoiselles d'Avignon* en 1907, le poids de toutes les frondes artistiques.

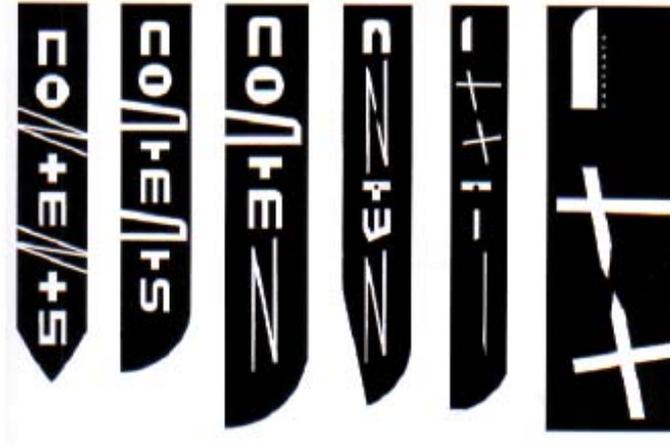
Les détournement dans le design

L'intérêt du design pour l'art et l'intérêt de l'art pour le design a permis à certains artistes contemporains de reconsidérer la fonction d'un objet usuel et banal pour l'amener au rang d'oeuvre. C'est le cas de Carl Clerkin, co-fondateur d'une société d'articles ménagers et

16 *Ibid.*, p. 43.

17 Jean-Yves Jouannais, *Artistes sans oeuvres*, Clamecy, Gallimard, 2009, p.187.

18 *Ibid.*



Neville Brody,
The Face, n°50–55, 1984,
démontage progressif du logo
de la table des matières du magazine,
R.-U.

The
typographic
dichotomy

One unifying factor of most of these early fonts was that they tried desperately to replicate the organic nature of handwritten text. As Ellen Lupton says, "the history of type reflects a continual tension and between... the human body the abstract system," (13). Slowly, this began to change, although the conflict between humans and machine still lies at the heart of typographic design. The further we move into the modern age the less typographic design is limited. As Erik van Blokland and Just van Rossum said, "The industrial methods of producing typography meant that all letters had to be the same... [now] the only limitations are in our futurism historical expectations," (29). And yet, organic and machine-made design are still inherently at odds with one another. evolution creation dichotomy that influences typographic design to this very day.

Katherine McCoy, P.Scott Makela et Mary Lou Kroh,
Cranbrook Design : The New Discourse, 1990,
page de livre, Rizzoli,
USA,



Pablo Picasso,
Le Déjeuner sur l'herbe, 1960,
[d'après Édouard Manet]
Musée Picasso, Paris.



Pablo Picasso,
Les Femmes d'Alger (O. J.), 1911-1914,
Musée d'Art Moderne, New York, U.S.A.



Carl Clerkin,
série d'objets, 2013,
collection «The Other Way»,
Londres.

créateur de mobilier, lors d'une exposition intitulée «The Other Way», il a conçu un assortiment d'assemblages fantastiques d'objets du quotidien, comme des balais, des seaux et des roues de bicyclette, modifiés et combinés avec un certain sens de l'humour. En détournant les produits, il supprime toute possibilité d'utilisation au profit de la poésie. «J'aime l'idée qu'un seau peut exprimer une envie, ou un balai peut être plus à l'aise dans l'autre sens¹⁹.» dit-il. Dans le même esprit, un concept artistique nommé *How many billboards?*, réunissant vingt et un artistes, vise à détourner des espaces publicitaires afin de présenter des créations graphiques. Des panneaux d'affichages qui s'étendent d'Hollywood à Los Angeles diffusent, de manière périodique, des oeuvres graphiques uniques. Il s'agit ici d'accorder de l'importance à la sublimation artistique des objets du quotidien en les détournant de leur fonction première, tout comme l'artiste urbain SpY qui détourne des terrains sportifs en les rendant impraticables, les codes graphiques qui communiquaient les règles du jeu étant devenu improbables. Il envisage les composantes de l'environnement comme une palette de matériaux débordants de possibilités. Portant un regard ludique et une attention particulière au contexte de ses interventions, ses détournements soulèvent des sourires et favorisent un regard contemplateur.

41 Ce qui pourrait réunir la catachrèse (domaine du langage) et le détournement (pratique artistique) se retrouve dans une tendance actuelle, celles de point de croix qui donnent à lire des injures. En usant d'un support et d'une technique artisanale, qui convoquent un imaginaire plutôt poétique et une culture populaire pittoresque les mots sont dé-crédibilisés. Leur portée vulgaire agit autrement sur ce type de support. Le blog brodepute.tumblr.com donne ainsi à voir un florilège de broderie d'insultes devenues auto-dérisoires.

Radjar Coll-Part est décrit sur son site comme un artiste du «Joli et du Bon Goût de Bon Ton. Lorsque l'inspiration s'y prête, il peut faire aussi du très-Beau». Il pratique le détournement avec beaucoup d'ironie, comme en témoigne sa collection «*Fuck-Design*». Son travail est une provocation d'un design rigoureux. Dans sa collection on trouve les archétypes de l'habitat bourgeois tournés en dérision : des copies de vases de Sèvres (XVIII^e siècle) en pneus, un canapé Chesterfield (XIX^e siècle) en conteneur à ordures, un fauteuil moderne en sac plastiques. L'ironie fait partie des matériaux improbables qu'il utilise dans son travail comme le montre cette phrase sur son site qui décrit ses créations : «Et tout cela est très confortable et fonctionnel – et vraiment joli.²⁰»

Le détournement possède la capacité de délaissier le sens d'un objet, d'une image ou d'un texte et de lui en apporter un nouveau, il a la faculté d'occulter la fonction originale d'un produit usuel et posant un regard différent sur celui-ci. Il sait aussi se détacher d'une valeur commerciale et s'orienter vers une posture au seuil de l'artistique et du design. De façon générale le détournement se défait pour refaire, il met en échec pour produire de nouveau, de façon libérée et délibérée.

Le détournement, lorsqu'il est parodique convoque une forme d'humour. Il utilise le cadre, les personnages, le style et/ou le fonctionnement d'une oeuvre pour s'en distancier et donc relativiser leur autorité.

Ole Ukena, artiste conceptuelle allemande, intervient dans le domaine de la vidéo, de l'installation et de la sculpture qu'elle détourne. *Cher / Chair / Share*, est basé sur l'oeuvre *One and Three Chairs* de Joseph Kosuth, figure emblématique de l'art conceptuel. Elle y parodie ce que Kosuth donnait à voir et à penser. Elle démontre que les similitudes linguistiques sont encore présentes, en associant une icône de la pop, un objet du quotidien et un concept contemporain, le «*sharing*». Par l'actualisation du langage, elle pérennise et démocratise l'oeuvre à laquelle elle fait référence. Elle apporte une touche humoristique en associant un langage plutôt populaire dans une oeuvre qui s'adressait majoritairement à l'époque, à une cible élitiste. Le rire que convoque Ole Ukena dans cette installation est possible, car la distance avec l'originale est respectée.

En France, un article du Code de la Propriété intellectuelle indique que la parodie, le pastiche et la caricature n'enfreignent pas le droit d'auteur si le but poursuivi est de faire sourire ou rire²¹. C'est la poursuite d'une intention humoristique qui permet à la parodie d'échapper au monopole de l'auteur. Ces lois impliquent une absence de confusion entre l'oeuvre parodiée et la parodie elle-même, de telle sorte que le public sache tout de suite laquelle est l'originale.

L'intention humoristique, qui appelle au rire, est donc une condition qui légitime l'acte de parodie, afin de ne pas nuire à l'oeuvre

19 «*The Other Way by Carl Clerkin*», *Dezeen magazine*, 2013.

20 Propos de l'artiste depuis : coll-part.com

21 L'article L122-5 du Code de la Propriété Intellectuelle pose des limites au caractère illicite de la contrefaçon de droits d'auteur.



How Many Billboards?, 2010,
Los Angeles, U.S.A.



SpY,
Piramid, 2013,
Musée d'Art Contemporain « Artium », Vitoria-Gasteiz, Espagne.

Lines, 2008,
Madrid.



brodepute.tumblr.com



Radjar Coll-Part,
série d'objets,
collection « Fuck-Design ».



Ole Ukena,
Cher/Chair/Share, 2011.



Joseph Kosuth,
One and Three Chairs, 1965.

originale. On peut alors se demander : Quelle est la place, le rôle de l'humour face à l'échec. La parodie se distancie de son original, elle le met à l'écart, en échec. Cette distanciation provoque le rire. À l'instar de la question phare « peut-on rire de tout ? », nous allons plutôt nous demander : peut-on rire de l'échec, pourquoi rire de l'échec ?

LA PLACE DE L'HUMOUR ET DE LA DÉRAISON

Le rire libérateur

Selon la définition du philosophe français Henri Bergson, « l'ironie et l'humour naissent d'un décalage entre le réel (les choses telles qu'elles sont) et l'idéal (les choses telles qu'elles devraient être)²² ». En ce sens l'ironie et l'humour sont proches du concept d'échec, là où celui-ci s'éloigne d'un résultat souhaité.

L'ironie est une figure rhétorique consistant à faire entendre ce que l'on veut dire en disant le contraire. L'ironie et l'échec existent par l'envers, ils se distancient du réel ou d'un idéal. Cette distanciation est propre au rire. La distance permise par le rire nous invite à traiter des sujets avec plus de liberté, permettant la critique comme un regard excentré sur un sujet. Les arts abordent des thèmes comme le pouvoir, la guerre, la misère, la religion. En choisissant parfois paradoxalement une légèreté de ton pour traiter ces sujets sérieux, les artistes prennent le parti de plaire pour mieux conduire leur réflexion, argumenter et parfois même instruire (comme ce fût le cas pour Jean de La Fontaine dans ses fables ou pour Molière dans ses comédies).

Le rire désamorce aussi l'angoisse. L'humour permet de dédramatiser : le ton plaisant, en même temps qu'il renforce l'horreur et met en relief l'absurde de la vie, les désamorce. Le rire offre face aux sujets graves, une porte de sortie. Il est bénéfique car, donnant du recul sur les événements, il permet d'affronter certains sujets en désamorçant leur gravité. Ainsi l'humoriste français Pierre Desproges, atteint d'un cancer a dit : « plus cancéreux que moi tu meurs²³ ». Il rend bien compte de cet élégance de l'humour. À la question « peut-on rire de

tout ? », il répond : « Oui, sans hésitation. S'il est vrai que l'humour est la politesse du désespoir [...] ce rire-là peut parfois [...] fustiger les angoisses mortelles ; alors oui, on peut rire de tout, on doit rire de tout²⁴. »

Le rire est aussi une arme, Henri Bergson souligne la force du rire : « Le rire châtie certains défauts à peu près comme la maladie châtie certains excès²⁵. » Il serait donc efficace d'aborder un sujet sérieux sur le mode humoristique si on veut le critiquer : l'humour et le rire sont les armes de la contestation. Les caricaturistes l'ont bien compris, les dessins de presse peuvent arriver à nous faire rire de la guerre, de l'oppression, de la famine. Il est des sujets graves dont il faut parler avec humour, pour mieux les dominer, parce que l'humour provoque, attaque, parce qu'il est cruel pour sa cible.

Pierre-Joseph Proudhon, littérateur français du XIX^e siècle, explique que le rire et la distanciation qu'il implique sont nécessaires, car ils sont la preuve d'une certaine liberté de penser et d'un esprit de vie indépendant. « La Liberté, comme la Raison, n'existe et ne se manifeste que par le dédain incessant de ses propres oeuvres ; elle périt dès qu'elle s'adore. C'est pourquoi l'ironie fut de tout temps le caractère du génie philosophique et libéral, le sceau de l'esprit humain, l'instrument irrésistible du progrès. [...] Ironie, vraie liberté ! C'est toi qui me délivres de l'ambition du pouvoir, de la servitude des partis, du respect de la routine, du pédantisme de la science, de l'admiration des grands personnages, des mystifications de la politique, du fanatisme des réformateurs, de la superstition de ce grand univers et de l'adoration de moi-même²⁶. »

Qui n'a jamais vécu ce rire imprévisible en voyant chuter un Homme ? Le rire reste un phénomène physiologique mystérieux. Il implique le mouvement des zygomatiques, contraction du diaphragme, des sonorités plus ou moins bruyantes, il mobilise muscles, glandes, viscères, larynx. Presque tous les organes fonctionnent dans une sorte de désordre global. Le rire est surprenant, spontané, incontrôlé, les formules linguistiques ne manquent pas pour le décrire ; on « éclate de rire », on « s'esclaffe », on « se tord »... Il a quelque chose

22 Gilles Deleuze et Félix Guattari, *Qu'est-ce que la philosophie ?*, Paris, Minuit, 1991, p. 97.

23 Simone Manon, « Peut-on rire de tout », *Philolog*, 2007.

24 Pierre Desproges, *Réquisitoire contre Le Pen*.

25 Henri Bergson, *Le Rire : essai sur la signification du comique*, 1900.

26 Pierre-Joseph Proudhon, *Les confessions d'un révolutionnaire, pour servir à l'histoire de la révolution de février 1849*, Garnier frères, 1851 ; cité dans *Philosophie terminale*, Paris, Hatier, 1999, p. 684.

qui se passe dans le corps et qui pourtant ne tient pas que de lui. Ces expressions corporelles sont liées (sauf quand elles sont provoquées physiquement : chatouillements, produits euphorisants) à des causes psychiques, intellectuelles ou morales. Étant donné qu'il n'est pas lié au monde extérieur mais plutôt à une disposition intérieure de l'esprit, le rire emprunte donc un chemin subjectif. Henri Bergson nous fait remarquer qu'en plus de ne concerner que l'Homme, « Le rire est le propre de l'Homme²⁷ », le rire à toujours comme sujet l'humain. Il dit : « Il n'y a pas de comique en dehors de ce qui est proprement humain. Un paysage pourra être beau, gracieux, sublime, insignifiant ou laid ; il ne sera jamais risible. On rira d'un animal parce qu'on aura surpris chez lui une attitude d'Homme ou une expression humaine²⁸. » Cela étant, qu'est-ce qui fait rire dans l'humain ? On pourrait peut-être répondre : ce qui incarne l'échec d'une prétention, tout ce qui est contraire à un certain idéal de la perfection humaine et que l'esprit porte en lui ? L'Homme rit de ce qui déçoit son idée de l'humain. De manière non contrôlée nous rions de l'échec, plus particulièrement de notre imperfection. Dans ce même sens, l'art peut-être ironique lorsqu'il détruit la perfection, l'idéal auquel il devait tendre. Le philosophe allemand Georg Wilhelm Friedrich Hegel l'explique dans *l'Esthétique I* que l'ironie « consiste dans l'autodestruction de tout ce qui est noble, grand et parfait, de sorte que, même dans ses productions objectives, l'art ironique se trouve réduit à la représentation de la subjectivité absolue, puisque tout ce qui a pour l'Homme valeur et dignité se révèle inexistant par la suite de son autodestruction²⁹ ».

Les fonctions de notre nature ramenées à leur trivialité sont risibles. Le nombre de blagues ayant pour objet le scatologique ou le sexuel en sont la preuve. De même, le rire prend à partie les faiblesses de l'esprit, les faiblesses du caractère ou encore le comique de situation. On rit quand quelqu'un se trompe. Le rire sanctionne ce qui nous paraît inférieur à ce que nous devrions être.

Précédemment, nous avons vu que le rire génère une distanciation avec le réel et l'idéal. Mais pour générer le rire il faut avoir une distance critique, l'insensibilité face au sujet est requise. Bergson en fait même une condition du rire : « Le comique naîtra quand les Hommes réunis en groupe dirigeront leur attention sur l'un d'entre eux en faisant taire leur sensibilité et exerçant leur seule intelligence³⁰. » La sensibilité, variable selon les individus, fixe les limites du rire. Il faut donc tenir compte du public et de ses interlocuteurs (dans la vie ordinaire). Pierre Desproges tente de fixer les limites de l'humour : « On peut rire de tout, mais on ne peut pas rire de tout avec n'importe

qui : l'humour ne doit pas choquer³¹. »

L'auto-dérision

L'auto-dérision est une alternative au problème de l'ambiguïté du rire. Si l'on arrive à rire de soi, on abolit toute la complexité du rire et les scrupules moraux qu'il soulève. S'il est simple de rire des autres, rire de soi est moins aisé, cela nécessite de ne pas se prendre au sérieux, de prendre de la distance avec nous même. L'auto-dérision revient à accepter ses faiblesses au grand jour. C'est aussi une marque de courage et une capacité rare, car rire de soi nécessite une estime et une confiance en soi assez forte pour pouvoir s'en défier. Il y a là un dédoublement entre la personne que l'on est et la personne dont on se moque.

Julien Prévieux, artiste contemporain, entre dans ce registre d'humour, avec le livre *Lettres de non motivation*³² qui relate sa démarche. Après avoir cherché un emploi pendant huit-ans il décide, dans une posture d'auto-dérision, de donner à voir au public cette situation répétitive de l'échec. « La lettre de motivation est un jeu social dont personne n'est dupe, un exercice obligatoire dans le rituel du recrutement³³ » explique son éditeur Grégoire Chamayou. L'obtention d'un emploi aujourd'hui relèverait presque de l'exploit. C'est de cette quête de l'impossible que Julien Prévieux se moque, mettant en place une procédure destinée à échouer, il décide de prendre le contre-pied, de faire le chemin inverse. Il se moque et dénonce cette société, qui au travers des codes de la lettre de motivation qu'elle instaure, met en scène l'infériorité du demandeur d'emploi et de la toute puissance de l'entreprise. Il a rédigé et envoyé plus de mille lettres de « non-motivation » à des offres d'emploi parues dans les journaux. Toutes sont authentiques. Il annonce qu'il refuse les emplois qu'on lui offre, anticipant le refus. On comprend au fil des lettres et des réponses qu'il reçoit, que la plupart d'entre-elles sont automatiques, laissées sans réponse ou jetées à la corbeille avant même d'être lues. La démarche auto-dérisoire de Julien Prévieux

27 Aristote repris par Rabelais et analysé par Bergson, *Le Rire : essai sur la signification du comique*, 1900.

28 Bergson, *Le Rire : essai sur la signification du comique*, 1900.

29 Friedrich Hegel, *Esthétique I*, 1829 ; cité dans *Philosophie terminale*, Hatier, Paris, 1999, p. 495.

30 Bergson, *Le Rire : essai sur la signification du comique*, 1900.

31 Simone Manon, « Peut-on rire de tout », *Philolog*, 2007.

32 Julien Prévieux, *Lettres de non motivation*, La découverte, Paris, 2007.

33 *Ibid.*, Grégoire Chamayou, note de l'éditeur.

Bénédicta N°2 sur le marché Français
des sauces froides
(mayonnaises, sauces de variété,
sauces crudités) nous recherchons :

1 Chef de secteur h/f

- Région Parisienne 91 - 94
- Province 41 - 45

Rattaché au Directeur Régional, vous développez nos marques par votre action de négociation. Vous veillez à la qualité d'implantation des produits en optimisant les moyens merchandising, marketing et budgétaires mis en place.

A 25/35 ans, vous avez un BAC +2 ou équivalent avec une première expérience réussie dans le commerce de la grande distribution. Rémunération fixe + prime sur objectif + frais. Voiture de fonction + téléphone.

Merci d'envoyer votre dossier à Mme Dominique BOUIS
Société BENEDICTA - 30 Bld Bellerive - 92566 Rueil Malmaison Cedex

Une grande entreprise de transport public de la Région Parisienne

recherche :

TECHNICIENS ELECTRONICIENS DE MAINTENANCE



Nous recherchons des candidats/candidates avec une formation en électronique titulaires du Bac Technique électronique. Ils posséderont de bonnes connaissances des circuits logiques et analogiques et de la maintenance des systèmes électroniques complexes. Une expérience professionnelle significative est souhaitée. Age : 35 ans maximum (majoration éventuelle de la durée du SM et d'un an par enfant à charge).

Envoyer CV et lettre de motivation manuscrite à : M. Gérard DROUAL
Département du Matériel Roulant Ferroviaire - Atelier Maintenance des Equipements - 117 avenue Michelet - 93406 Saint Ouen Cedex

49

Madame, Monsieur,

Je vous écris suite à votre proposition de poste de chef de secteur parue dans le journal « Le marché du travail ». Je dispose d'une solide formation commerciale, d'un tempérament enthousiaste et d'un goût immodéré pour la junk-food. Depuis 5 ans, je me nourris exclusivement de sauce béarnaise, de sauce hot pepper, de sauce pommes frites, de sauce américaine, d'aïoli, de sauce pour nem, de sauce bourguignonne et de sauce madère. Dans une recherche d'efficacité maximum, j'ingurgite les pots le plus rapidement possible. Fort de cette expérience, j'ai largement dépassé le poids limite qu'on peut se permettre si l'on veut pouvoir se déplacer. C'est pourquoi j'estime avoir toutes les qualités requises pour devenir chef de secteur. Malheureusement votre proposition de poste se situe en région parisienne et je ne m'éloigne jamais du supermarché Franprix de la rue des Amandiers. Par conséquent, je me vois, bien malgré moi, dans l'obligation de refuser votre offre.

Dans l'attente d'une réponse de votre part, je vous prie, Madame, Monsieur d'agréer l'expression de mes sentiments distingués.

Monsieur,

Je viens d'apprendre que votre entreprise proposait des postes de techniciens de maintenance. J'ai toujours aimé les jeux d'astuces, la résolution des rébus et les tests de logique. Pendant mes trois jours à l'armée, j'ai adoré chercher les nombres complétant les suites. Ainsi le nombre 20 complète la série 0, 5, 10, 15. Par ailleurs le nombre palindrome 101 complète la série 2, 3, 5, 7, 11, 13, 17, 19, 23, 29, 31, 37, 41, 43, 47, 53, 59, 61, 67, 71, 73, 79, 83, 89, 97. Il fallait reconnaître les 25 premiers nombres premiers. Votre annonce m'a plu car il fallait découvrir quelle était cette mystérieuse grande entreprise de transport public de la région parisienne et je crois avoir découvert la RATP. La photographie m'a grandement aidé et ma bonne connaissance des circuits logiques m'a permis d'associer les termes transports et métropolitain, même si l'image, nous montrant des rames en plein air, a pu en troubler certains. Ceci étant dit, je me vois dans l'obligation de refuser votre offre. En effet, une entreprise qui ne donne pas son nom dans une petite annonce et qui joue avec ses futurs employés ne me semble pas être très fiable. Comment peut-elle mettre en valeur ses futurs collaborateurs si elle n'ose pas elle-même se mettre en avant ?

Dans l'attente d'une réponse de votre part, je vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de mes sentiments distingués.

Julien Prévieux,
Lettres de non-motivation, 2007,
extraits du recueil,
Paris, Zones.

certes nous fait sourire, il manie la figure du paradoxe et use d'un franc-parler au travers de formules telles que «J'ai l'honneur de ne pas vous demander d'emploi», «Je refuse votre proposition et ne vous adresserai pas mon C.V.» ou «Je vous en prie, ne m'embauchez pas». Ces lettres parviennent à osciller entre le canular et l'acte de résistance. L'éditeur écrit à ce propos : «Ces lettres de non-motivation nous réapprennent quelque chose de fondamental. Retrouver cette capacité, jouissive, libératrice, de répondre : non³⁴.» L'humour de Julien Prévieux se défend aussi dans l'absurdité de la situation. Il s'en prend à la logique, au raisonnement, d'un système hautement formalisé de notre société. L'humour absurde conteste les valeurs de cette société programmée de la performance. Sur un ton déraisonnable, il enfreint les codes et suscite le rire ou du moins le sourire.

L'idiotie

L'absurde, la déraison sont des postures que défendent Jean Yves Jouannais et Clément Rosset à propos de l'idiotie. Elles se trouvent au-delà de toute raison, l'Homme ayant une existence absurde. En art, en littérature, en musique, dans le cinéma, de nombreux artistes se sont engagés à «faire les idiots», ils ont adopté des attitudes qui relèvent de l'idiotie. L'idiotie, du mot idiot ne signifie pas imbécile, le philosophe français Clément Rosset, dans son essai *Le Réel : traité de l'idiotie*³⁵ définit plutôt le concept de cette manière : «Idiôtès, idiot, signifie simple, particulier, unique [...] Toute chose, toute personne sont ainsi idiots dès lors qu'elles n'existent qu'en elles-mêmes.» Il met ici l'accent sur la singularité que revendiquent les acteurs de l'idiotie. C'est dans un contexte propre au XX^e siècle, où règne une forme «d'unidimensionnalité des individus», qu'intervient cette volonté de singularité. La culture populaire, qui est nourrie par la télévision, la bande dessinée, les magazines ou le cinéma, rend la société de plus en plus infantilisée et standardisée. L'idiotie est une des manières de résister à cela par le moyen de la subversion. Toute posture «idiotie» consiste à s'écarter de la norme.

L'idiotie se distancie de la normativité de la société tout en s'approchant du réel. Tout comme le réel, l'idiot est singulier, il ne fait qu'un. Le réel est sans double. Cela contrarie l'intellect qui tente perpétuellement de remplacer le réel par un double idéalisé. Les illusions imagées sont des doubles que l'Homme fabrique, depuis l'enfance, et auxquelles il ne cesse de croire. «Un ange incapable de voler, c'est un genre de poule, n'est-ce pas?»³⁶ demande Philippe Mayaux, artiste de l'idiotie et plasticien né à Roubaix. L'idiotie aide à conserver

une vision vraie, ancrée dans la réalité. Des démarches artistiques convoquant le registre archaïque ont permis ce rapprochement avec le réel. Ce fût le cas de l'artiste plasticien, photographe et peintre Gérard Gasiorowski, nommé «le pire des meilleurs peintres» par Libération en 1995³⁷. Le retour du refoulé, le culte du primitif, du brut, s'invitent dans l'une de ses performances plastiques lorsqu'il décide de plonger ses doigts dans sa «propre merde». Mais la société moderne, aux principes rationalistes et progressistes, n'est pas très admiratrice de ces actions ou modes de pensées à tendance archaïques. Si le geste qu'il opère est régressif, l'artiste marque l'écart avec toute forme d'intellectualisme et reprend l'Homme au niveau zéro. L'«œuvre idiote» est décomplexée. Contrairement aux «œuvres sérieuses», elle ne vaut que parce qu'elle est déconsidérée. «L'idiotie s'oppose à la prétention, la prétention non pas en tant qu'utilisation performante de l'intelligence, mais en tant qu'usage de la culture à des fins d'intimidation³⁸.» L'idiotie suppose une maîtrise des outils, un type d'intelligence, auxquels il faut ajouter la mise à l'épreuve de ceux-ci par la dérision et la déraison. Les œuvres idiotes, dépourvues de raison, ne relèvent pas de manière caricaturale du gag. L'intérêt de l'idiotie ne réside pas dans le spectacle qu'elle donne, il consiste plutôt à la recherche de la spontanéité, de l'authenticité et la tolérance.

Nombreux sont les artistes qui ont expérimenté la chute, Bas Jan Ader, Martin Kersels, Yves Klein, Anthony Goicolea. Bien que nous nous pencherons davantage sur le concept de la chute un peu plus loin³⁹, ce qui est essentiel dans cette pratique c'est la radicalité du geste de l'artiste. Il affirme sa condition, celle d'échouer au sol. La gravité terrestre est une fatalité ici remise en évidence. Le mouvement du corps qui va de haut en bas est la logique réelle que les artistes montrent sans lâcheté. C'est la réalité. Ces chutes peuvent être vues comme des actes d'auto-dérision. «La chute, c'est aussi la conclusion de l'histoire drôle, laquelle coïncide avec le rire⁴⁰.» La désacralisation d'une forme d'intellectualisme exacerbé et prétent

34 Ibid.

35 Clément Rosset, *Le Réel : traité de l'idiotie*, Paris, Minuit, 1977.

36 Propos de Philippe Mayaux ; cité dans Jean-Yves Jouannais, *L'idiotie, art, vie, politique - méthode*, Paris, Beaux arts, 2003, p. 94.

37 Hervé Gauville, «Gasiorowski, le pire des meilleurs peintres», *Libération*, 1995.

38 Arnaud Labelle-Rojoux, *Art parodic*, essai excentrique, Java, Paris, 1996 ; cité dans Jean-Yves Jouannais, *L'idiotie, art, vie, politique - méthode*, Beaux arts, Paris, 2003, p. 19.

39 Voir la partie intitulée «La chute libre», p. 85.

40 Jean-Yves Jouannais, «L'idiotie, ésotérisme fin de siècle», *Art Press magazine*, Paris, n°238, 1998, p. 44.

tieux, par la dérision ou la déraison, favorise le développement de l'humour. La place et le rôle de l'humour dans l'idiotie sont primordiaux, presque intrinsèquement liés. Le rire est une échappée incontrôlée, il rompt avec l'aliénation du sérieux, en cela il se rapproche de l'idiotie. L'humour de l'idiotie est quand l'Homme rit avec intelligence, tout en la niant. Il s'agit d'un ensemble, un tout, certes un peu contradictoire. Cet humour là n'est donc pas destiné uniquement à divertir (contrairement au registre burlesque). L'humour possède d'autre valeur, Martin Kersels, artiste contemporain américain, a dit au sujet de l'humour et de l'ironie chez Klein : « Dans l'oeuvre de Klein, son ironie et son art de la mise en scène [...] m'ont fait réaliser que l'humour avait sa place à la table des grandes idées⁴¹. » Le rire, provoqué par l'humour, coïncide avec le contexte moderne. « Dada est idiot. Le véritable dadaïste, il rit, il rit. » affirma le premier manifeste dada écrit par Huelsenbeck⁴². Le rire va à l'encontre des dogmes conservateurs comme en témoigne l'exposition des « arts incohérents » en 1882 où des non-artistes à l'imagination débridée se moquent des salons officiels.

L'humour et la déraison utilisent l'ironie pour renégocier les limites de l'art. Le sérieux est mis en échec au profit d'une posture aux apparences détachées. S'il s'agit là d'une posture, on pourrait se demander : comment est-ce qu'un tel détachement pourrait-il être matériellement, plastiquement, graphiquement représenté ?

L'INACHEVÉ, LE FIASCO, L'EFFACEMENT

L'inachevé

L'inachevé est ce qui n'a pas été mené jusqu'à son terme. Tout comme l'échec, un certain résultat n'a pas été atteint. On retrouve dans l'inachevé la notion d'imperfection. Lorsque l'on parle d'un « Homme inachevé » par exemple on dira de lui qu'il n'est ou qu'il ne s'est pas parfaitement réalisé⁴³, il se trouve incomplet. En ce sens, l'art ou le design inachevé relèvent de l'échec. Pendant la renaissance fla-

mande, lorsque Pieter Bruegel peint en 1563, la construction de la tour de Babel, le sujet de son œuvre est inachevé. Cette tour, si l'on en croit la Bible, est un désir utopique de l'Homme souhaitant atteindre les cieux. La peinture de Bruegel avoue l'échec d'une volonté humaine démesurée, figurée par l'immensité de la tour. Dans sa représentation, la tour affiche des problèmes de structure. La cause serait d'origine divine, car Dieu, pour punir les Hommes de leur orgueil, créa différentes langues pour les diviser. Ne se comprenant plus, ils n'ont pu aboutir le chantier. On remarque, dans le détail de la peinture, que certaines arches se sont d'ailleurs écroulées. Cette œuvre, dont le sujet est inachevé, est toutefois elle-même terminée, finie. La renaissance est une période artistique dont le perfectionnisme fut l'idéal et le demeurera jusqu'au romantisme. L'obligation de l'aboutissement d'une œuvre est remise en question au XV^e siècle, lorsque l'artiste Michel-Ange amène l'idée du « non finito ».

Non finito, du terme italien littéralement traduit par « non terminé », désigne l'état d'inachèvement d'une œuvre d'art. On associe le *non finito* à Michel-Ange, car son travail met en évidence une incapacité à être terminé, on révèle un bon nombre de sculptures inachevées, volontairement ou non. Le *non finito* s'applique aussi à l'architecture, le Palais *Non finito* de Florence, incomplètement construit, en porte même le nom. La *Madeleine pénitente* de Donatello donna un aperçu du *non finito*, mais ce fut Michel-Ange, qui incontestablement, fut le promoteur de cette esthétique de l'inachevé. L'artiste défendait une impossibilité à atteindre la perfection et il restait fasciné par l'effet obtenu dans les statues incomplètes « laissant le reste sommeiller dans le marbre⁴⁴ ». Les deux exemples phares du *non finito* de Michel-Ange sont *La Pietà Rondanini*, sculpture représentant la Vierge, debout, soutenant le corps du Christ, puis *Les Esclaves*, séries de sculptures représentant des silhouettes d'hommes émergeant de blocs de pierres encore visibles ou les têtes et les membres sont à peine dégrossis.

L'esthétique de l'inachevé a su éveiller notre sensibilité contemporaine. En effet, c'est dans différents domaines artistiques que ce concept se voit réactualisé et adapté. Au delà d'une forme de poé

⁴¹ Martin Kersels, catalogue *Martin Art Center, Wisconsin et Yerba Buena Center for the arts*, San Fransisco, 1998 ; cité dans Jean-Yves Jouannais, « L'idiotie, érotisme fin de siècle », *Art Press* magazine, Paris, n°238, 1998, p. 44.

⁴² Richard Huelsenbeck dans le premier manifeste dada dont la conférence à eu lieu à Berlin le 12 avril 1918.

⁴³ Alfred de Vigny, « L'Homme, créature inachevée, tient encore du singe et du chien », *Journal d'un poète*, 1834, p. 1003.

⁴⁴ « Non finito », *Wikipédia*.



Pieter Bruegel,
La Tour de Babel, 1563,
Musée d'Art Ancien,
Vienne.



Michel-Ange,
L'esclave des jardins Boboli, 1519.

La Pietà Rondanini, 1564.

sie esthétique, l'inachevé trouve une place dans l'art moderne puis dans l'art contemporain, refusant d'offrir une représentation menée à terme. Il s'agit de poser l'autonomie de l'inachevé face à une forme finie, sortir des normes et s'éloigner d'un désir de forme complète pour mieux apprécier le goût de l'imparfait.

Certaines œuvres ont pour cause de leur inachèvement, la mort de leur auteur. N'ayant pu terminer leur travail ces œuvres sont toutes présentes dans les musées et autres lieux d'exposition. Les diffuser montre clairement que l'art est le fruit d'un travail humain et que, tout comme lui, il est une fin en soi. Le dernier tableau *Unfinished Painting* de Keith Haring, qu'il commença à peindre avant de mourir du sida, est une œuvre inachevée. Pourtant la trace qu'elle laisse, c'est à dire un sixième du tableau, se suffit à elle seule pour incarner l'ensemble du travail de Keith Haring. Son style et tout ce qui fait son identité (zigzag, couleur vives, trait noir, personnages filaires, motifs graphiques et remplissage du blanc) se retrouvent dans cette micro-partie du tableau. L'artiste n'a accompli qu'une partie de son art, à savoir dix ans de création et cette œuvre nous prouve qu'il aurait pu la multiplier par six. Ce qui n'est pas terminé laisse place au vide, un vide qui convoque l'imagination du spectateur.

54

Au cinéma aussi la mort a engendré quelques films inachevés. *L'Enfer*, film français d'Henri-Georges Clouzot avec Romy Schneider, a commencé à être tourné en 1964. Mais en raison d'un infarctus du réalisateur et des problèmes de santé de l'acteur principal, l'œuvre est amputée. *Don Quichotte* de l'américain Orson Welles est un autre film inachevé. Le tournage débute en 1955, s'arrête puis continue en 1957, s'interrompt de nouveau puis reprend en 1961. Si à deux reprises, en 1964 et en 1970, Welles termine son film, c'est en tant que producteur qu'il se refuse de le diffuser, il n'en est pas satisfait. Les rushes représentent le produit de vingt-cinq années de travail. Finalement laissés à l'abandon, ils seront remontés en 1992 par Jesús Franco, cinéaste espagnol. Son travail a permis de sortir du néant les ruines d'un film mort-né. Selon lui, même si *Don Quichotte* fut sujet à de nombreux incidents (notamment le décès de l'acteur principal), il apparaissait pour Welles comme un *work in progress*, réalisé de façon indépendante, sans obligation, sans contrainte de temps.

Le terme « *work in progress* » ou « *work in process* » (acronyme WIP) est une locution anglaise fréquemment utilisée en français. Elle désigne un travail en cours, non terminé. En art, la locution « *work in progress* » est employée par un artiste qui désire présenter soit un projet, soit son œuvre pendant son exécution. En cinéma, un film

peut aussi être projeté en tant que *work in progress*, c'est-à-dire que son réalisateur estime que le montage du film est à améliorer ou n'est pas terminé. *Apocalypse Now* de Francis Ford Coppola fut pour la première fois projeté au Festival de Cannes (1979) et remporta (ex-æquo) le titre de la palme d'or. La pratique du *work in progress* s'inscrit dans une temporalité hors norme. Il questionne la *deadline* en privilégiant l'évolution permanente d'un projet. Le temps devient un matériau de création. La fluidité du graphisme imaginée par Ruedi Baur, pour la *Work In Progress Villette* (lieu permanent dédié à la création artistique), retranscrit ce matériau qu'est le temps. Il s'agit d'un graphisme qui exprime le passage de l'air. Des lignes rouges couvrent l'intégralité du bâtiment et schématisent les vibrations dynamiques du vent, le vent que l'on n'arrête jamais. En tant que spectateur, on peut ressentir vis-à-vis de cette pratique, une certaine frustration. Celle de ne pouvoir voir la finalité. Néanmoins le projet laisse le public « en appétit » et suscite son imagination. Plus qu'une mode ou une tendance, le *work in progress* légitime l'inachevé comme étape du processus de création. Selon Maurice Blanchot, homme de lettres français, il permet d'exposer un travail ou un projet « à venir », il permet aussi de rendre « l'œuvre ouverte »⁴⁵, qui ne supporte pas d'interprétation close ou statique.

La question de la fin et la question du début

L'esthétique de l'inachevé soutient qu'une œuvre n'est pas terminée, cela pose la question de sa fin : Quand est-ce que l'œuvre est finie ? À quel moment, dans le processus de création, peut-on dire « c'est fini » ? Est-ce l'instant où l'artiste estime que la réalisation ressemble suffisamment à l'idée qu'il s'était fait de celle-ci ? Qui détermine la fin, l'artiste ou le spectateur ? Il n'existe aucun critère artistique qui définit clairement la fin. Dans le domaine de la création, tout est toujours perfectible. Le défaut ou la qualité de perfectionnisme chez certains créatifs nous prouve que l'on peut toujours faire mieux, aller plus loin. Mais peut-être est-ce déjà trop loin ? On prête à Léonard de Vinci la phrase : « L'art n'est jamais fini, juste abandonné. » Lorsque l'on pose la question de la fin, on peut à juste titre se poser la question du début. À partir de quand y a-t-il œuvre ? L'acte de production est-il une garantie de la création ?

⁴⁵ Lunyue Wang, *Approche sémiotique de Maurice Blanchot*, L'Harmattan, 1998.



Keith Haring,
Unfinished Painting, 1989.



Ruedi Baur,
«*Work In Progress Villetta*», 2010,
Maison de la Villette,
Paris.

À cette question Jean-Yves Jouannais répondrait sûrement non. Dans son essai *Artistes sans oeuvres*, il soutient qu'il peut y avoir œuvre dans la « non production »⁴⁶. Choisir de ne pas produire est déjà un engagement. Si ce choix peut paraître paradoxal voir contradictoire, il est néanmoins radical. Il part d'un constat : aujourd'hui beaucoup d'artistes produisent en grande partie pour satisfaire leur égo. Certains pourront dire que trop de créateurs fonctionnent dans une logique commerciale de production. Ils s'épuisent à produire comme s'ils devaient légitimer leur statut d'artiste. Ils entrent dans un système où ils deviennent des fournisseurs. Ne pas produire est une position politique, engagée contre la surenchère, contre la surconsommation, contre la domination du marketing. Pour Jouannais, la production plastique, matérielle est a priori une réponse favorisant la diffusion du « moi-je » dans une société de consommation et de marketing. La posture de l'infamie qu'incarnent certains artistes permet de contrarier cette notoriété exacerbée. L'infamie est par définition ce qui interroge l'ensemble des pratiques à caractère non-héroïques, anti-prométhéennes. L'étymologie du mot concerne tout ce qui, volontairement ou non, contrarie jusqu'à la condamner, la notoriété, la renommée, la gloire; la « fama ». Ce qui différencie un artiste d'un imposteur, c'est qu'il n'a pas nécessairement besoin de produire pour créer ou faire œuvre. Marcel Duchamp disait : « J'aime mieux vivre, respirer, que travailler [...] Donc, si vous voulez, mon art serait de vivre; chaque seconde, chaque respiration est une œuvre qui n'est inscrite nulle part, qui n'est ni visuelle ni cérébrale. C'est une sorte d'euphorie constante⁴⁷. » Les artistes sans œuvre sont contre l'idée de « donner des preuves de leur statut d'artiste, [ils] se sont contentés d'assumer celui-ci, de le vivre pour eux-mêmes, pour leur entourage, soit dans le pur éther conceptuel, soit dans l'esthétique vécue et partagée du quotidien⁴⁸ ». Il y a tant d'idées qui n'ont jamais été matérialisées. Jean-Yves Jouannais demande : « Combien de songes, de systèmes de pensée, d'intuitions et de phrases véritablement neuves ont échappé à l'écrit? », combien ont existé mais « sans fréquenter jamais le projet de l'asservissement à une stratégie de reconnaissance, de publicité et de production »? L'art produit n'est qu'une infime partie de ce qui existe, « ce qu'il est donné à voir de la culture d'une époque est déjà le résultat d'une sélection, élitiste, cultivée, bien pensante, parmi les œuvres ayant eu accès à une certaine visibilité. Pointe infime d'un iceberg. Une multitude de productions n'accèdent pas à la lumière. Que dire alors des œuvres non-produites, lesquelles, en nombre infini, recèlent pourtant véritablement, en termes statistiques, la seule vérité sur l'histoire des

mentalités? » On pourrait trouver dommage de ne pas profiter de ces œuvres « invisibles », de ces pensées et de ces intuitions novatrices qui ont échappé à la réalisation où à la diffusion. Les œuvres inexistantes, contre toute attente, nous attirent. « Toutes ces œuvres nous hantent parce que la certitude de leur absence ou la simple hypothèse de leur disparition nous ont été transmises. Aussi nous manquent-elles, suscitant un besoin non pas motivé par un goût particulier pour le néant, mais par l'excitation d'une curiosité face à ce qui se dérobe. C'est d'un érotisme dont il s'agit. » Ces « œuvres sont des étoiles qui ne se sont jamais donné les moyens de briller », mais ce sont des étoiles tout de même.

Dans son essai, il est intéressant de relever la différenciation faite entre le concept d'échec et le concept de fiasco. Dans le langage populaire, on pourrait croire que ces termes sont synonymes. Fiasco, échec, un gros plantage. Pourtant Jouannais nous explique que « la nature même du fiasco interdit à ce dernier toute correspondance avec la réalité de l'échec⁴⁹ », car l'échec, qui suppose une réalisation, convoque un certain résultat, même raté. Le brouillon, les esquisses, les ébauches ne peuvent être des échecs, ils n'arrivent pas au stade de résultat, ils relèvent plutôt du fiasco. Celui-ci est décrit par l'écrivain comme « l'éjaculation précoce qui n'impose pas tant une hémorragie du jouir ». La cessation avant terme dispense donc de tout résultat, de tout aboutissement. Hors, l'échec est un type de résultat, le résultat d'une tentative déçue. D'ailleurs, l'échec (du jeu de stratégies) marque une conclusion, certes négative, mais une conclusion. L'échec est un résultat, alors que le fiasco est une « panne ». L'inachevé est plutôt de l'ordre du fiasco que de l'échec. Il existe des fiascos de ce genre au quotidien, Jouannais nous raconte l'histoire de Christophe Desgranges, un homme seul et sans argent d'une trentaine d'années. Arrivé en Alsace il décide de braquer une banque, il réussit à dérober près de 4000 francs. Pourtant il se sait repéré et préfère alors se rendre de lui-même aux gendarmes. Il se voit même faire le récit de son parcours malchanceux de délinquant à l'autorité en évoquant son Hold-Up de 1991 durant lequel sa R4 avait calé, l'empêchant ainsi de prendre la fuite. « Je crois que je ne suis pas fait pour ce genre d'activité. Mieux vaut pour moi que je retourne en prison... » expliqua-t-il.

⁴⁶ Jean-Yves Jouannais, *Artistes sans oeuvres*, Clamecy, Gallimard, 2009.

⁴⁷ Ingénieur du temps perdu : entretiens avec Marcel Duchamp, Belfond, Paris, 1967 ; cité dans Jean-Yves Jouannais, *Artistes sans oeuvres*, Clamecy, Gallimard, 2009, p. 131.

⁴⁸ Jean-Yves Jouannais, *Artistes sans oeuvres*, Clamecy, Gallimard, 2009, p. 33.

⁴⁹ *Ibid.*, p. 148.

En art, il existe aussi une forme de forme de fiasco programmé qui relève de l'autodestruction. Le résultat d'une action se trouve corrompu, anéanti. L'artiste britannique Gustav Metzger est le chef de file de ce courant qui commença dans les années 1960. Il est principal organisateur du *Destuction in Art Symposium* : un événement rassemblant un grand nombre d'artistes qui cherchent tous à mettre à mal l'establishment et à inventer d'autres comportements à l'égard de la société. Il est le premier à publier des manifestes traitant de l'art de l'autodestruction. À Londres, Metzger présente pour la première fois, le principe de l'auto-destruction avec la *South Bank Demonstration*. Il projette de l'acide chlorhydrique sur une succession de toiles en nylon qui s'auto-détruisent en un vingtaine de minutes. La toile se dissout progressivement et laisse apparaître peu à peu une ville en arrière-plan, comme une révélation de la réalité par l'anéantissement de l'installation. Son geste, sa performance, emblématique est une rupture avec l'art occidental et une critique face à la menace de l'arme nucléaire.

Plus récemment, dans le domaine du graphisme et de la publicité, certaines affiches ont été conçues pour s'auto-détruire. À l'occasion de la sortie du film de Steven Soderbergh *Contagion* en 2011, Warner Bros Pictures Canada fait appel à des scientifiques pour créer une affiche constituée de bactéries. Installée dans la vitrine d'un magasin abandonné au centre de Toronto, celle-ci subit la propagation d'un virus et en quelques jours fait apparaître progressivement le titre du film. Pour une autre commande, l'association Parceria Contra Drogas, qui lutte contre les ravages du crack au Brésil, entre en collaboration avec l'agence Talent qui imagine des affiches dévorées petit à petit par des vers afin d'illustrer les dégâts causés par la drogue sur le corps humain.

L'effacement

S'il existe des artistes dont l'engagement réside dans la non-production ou même l'autodestruction, il y a des esthétiques plastiques et graphiques tout aussi radicales. Les « effaceurs » est le nom qu'attribue Jean-Yves Jouannais à ces artistes⁵⁰. Dans son livre, il dresse une liste d'exemples tel que *Lautgedicht* (1924), un poème sans mot de Man Ray obtenu par effacement, un film de Guy Debord ; *Hurléments en faveur de Sade*, dont l'image est totalement blanche pendant le passage de la bande-son et totalement noire pendant les silences. Au cinéma, on retrouve aussi Walter Ruttmann, avec son film *Wocheende* (Fin de semaine, 1929-1930) dont il supprime

le visuel pour laisser place au son, le réalisateur défend l'idée d'un film « aveugle » comme il y eut des films muets. La suppression d'une chose ou d'une partie de quelque chose peut s'exercer dans l'acte de destruction. La *Tartine de cacao* est une oeuvre cinématographique réalisée en 1926 par Maurice Burnan. Georges Sadoul, écrivain et historien français du cinéma, raconte l'expérience qu'il a eu de ce film : « Le récit ne comportait aucune concession. Un homme et une femme étaient observés deux heures durant par un trou de serrure. Le temps de leur comportement, de leur vie physique, correspondait exactement au temps de projection. Il ne se passait rigoureusement rien, et pourtant une déchirante tension emplissait le grand appartement aux murs blancs. » Il explique aussi « qu'un gigantesque décor avait été conçu pour le tournage, dont le coût était élevé à 500 000F. Et celui-ci n'était pourtant visible qu'environ 90 secondes ». Le film fût regardé par douze personnes seulement avant d'être détruit à la demande du réalisateur. Il ne reste aucune image de ce film de deux heures, à gros budget, vu par douze personnes. Sa destruction et la disparition de ses copies fait de l'oeuvre un mythe, nombreux sont les cinéphiles qui rêveraient de le voir.

L'effacement peut-être considéré comme une réaction au fétichisme de l'objet et de la forme. À l'inverse chez certains artistes, il est une manière de mettre en valeur la forme ou l'objet. Une toile de Pieter Vermersch, exposée au Tripostal de Lille en 2013, met en valeur cette esthétique de l'effacement. L'artiste travaille sur les relations complexes qu'entretiennent les couleurs, l'espace et la lumière. Il manie la peinture et ses nuances avec une extrême minutie, qu'il dispose ensuite dans l'espace. Son installation trouble nos perceptions chromatiques et spatiales par des halos diffus de dégradés (trois couleurs de 0 à 30%) qui s'étendent sur trois murs entiers. Il dispose au centre de cette pièce un unique tableau, interrompant ainsi brutalement la courbe colorée. Cette peinture représente elle aussi un dégradé dont la tonalité est plutôt sombre. Elle se détache ainsi du fond. Sur la toile le geste d'effacement semble avoir été réalisé quand la peinture n'était pas encore sèche, la trace de l'effacement ressemble à une raclure. On remarque que toute la matière n'est pas partie et qu'il en reste une accrochée au tissu tramé de la toile. Par son geste, l'artiste vient mettre en échec le dégradé qu'il venait de réaliser. La rupture est tellement violente que l'on aurait l'impression que l'artiste a raté son dégradé et que, de rage, il l'aurait effacé. Peut-être que l'exposition de cet échec fait prendre conscience au spectateur que la réalisation d'un « simple » dégradé n'est pas si



Gustav Metzger,
South Bank Demonstration, 1961,
Londres.



Contagion, 2011,
affiche du film.



Talent,
affiche réalisée pour l'association *Parceria Contra Drogas*, 2013,
qui sensibilise sur les dégâts de la drogue,
Brésil.



Man Ray,
Lautgedicht, 1924,
Paris.



Pieter Vermeersch,
Untitled, 2013,
exposition «*Happy Birthday Galerie Perrotin / 25 ans*»,
Tripostal, Lille, France.

facile, qu'une certaine maîtrise est requise. Dans ce cas, l'artiste a le courage d'exposer les difficultés qu'il rencontre dans l'acte de création, il nous montre ses faiblesses. Il rejette ainsi la perfection du dégradé. En exposant, ne serait-ce qu'un micro échec, à l'échelle d'un tableau d'un format presque A4, il donne encore plus de valeur à sa pièce principale. La logique du célèbre « *Less is more* » de l'architecte minimaliste Ludwig Mies Van der Rohe, se retrouverait alors en partie dans ce travail.

Dans son travail, Kaz Oshiro, artiste japonais vivant à Los Angeles, s'intéresse à notre perception des objets du quotidien. Plus particulièrement à la valeur de perfection que nous leur donnons. À la façon des *ready-mades* du mouvement dada, il critique cette vision et propose un nouveau regard sur ces produits. Au travers d'un tableau exposé au Tripostal en 2013, il propose une réflexion sur la peinture et sa matérialité. Il se moque de la toile purement bleue de Klein avec un monochrome sali, frotté, effacé. Il s'agit bien d'une peinture, mais en s'approchant, la matière ressemble étrangement à celle d'un meuble laqué sur lequel on aurait laissé des traces de doigts pour enlever un surplus de poussière. L'artiste pousse la supercherie jusque dans les coins de son tableau, qui ne sont pas anguleux, mais arrondis comme la forme de nouveaux meubles bien pensés pour le quotidien.

63

L'artiste minimaliste coréen Lee Ufan, dans son tableau *From Line* exprime le vide et le plein, le fait et le non fait. Des lignes de peinture tracées au pinceau, s'effacent au fur et à mesure de l'avancée du trait. La matière manque, s'épuise. Le geste de la ligne se répète de haut en bas. Lee Ufan a écrit : « Charger la brosse et dessinez une ligne, au début elle apparaîtra sombre et épaisse, elle deviendra progressivement plus mince et finira par disparaître. Une ligne doit avoir un début et une fin. Elle apparaît dans l'espace, c'est un passage dans le temps, et lorsque le processus de création de l'espace vient à sa fin, le temps disparaît également⁵¹. » Lee Ufan se concentre essentiellement sur la ligne. Elle commence d'un point puis disparaît pour laisser place au blanc de la toile. L'action du vide y est fatalement liée au principe d'effacement.

On retrouve aujourd'hui chez certains graphistes contemporains une posture similaire à celle de Lee Ufan. Ce n'est plus la trace du pinceau qui est visible mais la trace de leurs outils numériques. Andreas Schimanski, artiste et graphiste berlinois, travaille sur la réémergence de l'art abstrait. Il compose avec les conventions et les codes tout en explorant les limites de la contradiction. La mécanique des

outils de production devient partie intégrante de l'image. Le langage graphique de photoshop est mis en image. La visibilité de l'outil numérique est ressenti et l'effacement par la gomme digitale donne à voir le fond transparent signifié par l'alternance de petits carrés gris et blanc du logiciel photoshop. Par ailleurs, effacer est un acte communément effectué pour supprimer une erreur, un échec. C'est renoncer à la publication d'un raté. La démarche du studio Polygraphik en 2013, lorsqu'ils sont appelés à modifier la signalétique de la Bibliothèque nationale de France, est inverse : ils assument la version précédente de la communication et en font un matériau à part entière, voir même central. La BnF est alors en travaux et il faut alors envisager une nouvelle signalétique pendant le temps du chantier afin de guider les usagers. L'entrée « EST » est condamnée et il faut passer par l'entrée « OUEST ». Le studio décide de laisser le code graphique mis en place en 2012 et de venir recouvrir partiellement celui-ci. Ainsi ce qui faisait défaut est toujours visible (en partie). Paradoxalement l'effacement est produit par recouvrement. Recouvrir pour effacer est un principe que l'on retrouve aussi sur la pochette du dernier album de David Bowie, *The Next Day*. Le britannique Jonathan Barnbrook reprend le design graphique d'une pochette d'un album précédent du chanteur : *Heroes*, sorti en 1975. Le titre est rayé d'un trait noir, et un grand carré blanc porte en son centre le titre *The Next Day*, masquant ainsi la majeure partie de l'ancienne jaquette. Selon Barnbrook, ce choix graphique symbolise « l'oubli ou l'effacement du passé »⁵². Cette référence n'est pas sans rappeler la célèbre pochette des Monty Python, *Another Monty Python Record*. Selon l'idée de Terry Jones, le graphiste du groupe, Terry Gilliam reprend une jaquette de Beethoven, la rature et écrit au crayon gras le titre de leur album.

En 2013, l'artiste américain Lucien Smith expose une série d'affiches pour son exposition « *Nature Is My Church* ». Cette œuvre donne à voir des affiches jaunes accrochées sur des murs jaunes. Les deux jaunes sont exactement les mêmes. Ainsi les posters tendent à se fondre avec les murs. Ils disparaissent presque. La posture qu'adopte Lucien Smith est artistique. Pourtant, le parallèle avec le domaine du design serait intéressant à faire. Si ce projet avait été réalisé par un graphiste, on aurait pu penser que son travail était un échec ? L'objectif de toute communication n'est-elle pas de se détacher, d'attraper le regard ou de capter l'attention ?

51 Cité sur le cartel de l'œuvre au Musée Tate Modern, Londres.

52 Jonatan Barnbrook, « *David Bowie: The Next Day. That album cover design* », *Barnbrook Blog*, 2013.



Kaz Oshiro,
Untitled, 2013,
exposition «*Happy Birthday Galerie Perrotin / 25 ans*»,
Tripostale, Lille, France.



Lee Ufan,
From Line, 1978,
Tate Modern, Londres.



Andreas Schimanski



Polygraphik,
signalétique temporaire pour la BnF, 2012,
Paris.



Masayoshi Sukita,
Heroes, 1977,
pochette d'album pour David Bowie.

Jonathan Barnbrook,
The Next Day, 2013,
pochette d'album pour David Bowie.



Monty Python,
Another Monty Python Record, 1971,
pochette d'album.



Lucien Smith,
série d'affiches, 2013,
exposition «*Nature is my Church*»,
Salon 94, New-York, U.S.A.

Créer une affiche qui disparaîtrait « dans la masse » n'est à priori pas le but du travail d'un graphiste, tant son commanditaire voudrait qu'on le remarque. Dans cette œuvre, le public passerait à côté de l'information ou du message. Le public ne doit pas faire l'effort de déchiffrer une affiche, selon les attentes du client celle-ci doit être lisible, attrayante tout en mettant en valeur le message, l'information ou le produit.

L'inachevé produit une difficulté de perception, une réalisation non aboutie invite le spectateur à imaginer une suite, compléter un manque. La non-production, lorsqu'elle est connue, incite le public à réfléchir sur un engagement, qui se veut artistique et politique. L'effacement est un principe régressif qui nécessite de la part du spectateur une mobilité d'esprit (passé/présent). Ces trois positionnements convoquent un effort. Le spectateur, s'il veut comprendre les enjeux de ces engagements, doit faire un effort (imaginer et conceptualiser).

Faire un effort, est-ce trop demander à un spectateur ? Dans ce cas, celui-ci n'est plus un unique regardeur. Son implication est requise, elle donne sens à l'objet regardé.

entre la pensée et l'acte. L'effort en est plus rapproché.

Pour notre étude, ce qui nous intéresse dans la notion d'effort c'est sa proximité avec la difficulté, la douleur, les obstacles : ce qu'il doit surpasser, vaincre. L'effort impliquerait d'un « mal ». Selon différentes définitions, l'effort vise toutefois à surpasser la douleur dont la souffrance mesure le degré de pénibilité. Dans *Anthropologie du point de vue pragmatique*, Kant dit à propos de la douleur qu'elle est « le déplaisir dû aux sens et ce qui le produit est désagréable. ⁵⁴ » La frustration, quant à elle, précède l'effort. Les philosophes Delay et Pichot expliquent : « Lorsque [...] le déroulement habituel du comportement motivé se trouve bloqué par un obstacle [...], l'organisme cherche à s'adapter à la situation ainsi créée, à parvenir à son but par une autre voie. Le terme de frustration désigne ce type de situation, dans lequel un obstacle [ou événement frustrant] modifie la conduite du sujet. ⁵⁵ » La frustration est un état de constatation d'un « mal », c'est la (mauvaise) surprise d'une voie sans issue par exemple. Suite à cette situation naîtra la volonté d'en réchapper, une prise de décision, puis l'effort en vue d'une action. L'effort est une confrontation d'un mal. C'est une situation désagréable, mais que l'on juge nécessaire.

LES QUALITÉS DE L'EFFORT ET DE L'INCONFORT

L'effort suppose la présence d'un « mal ».

Par définition, l'effort est la « mise en œuvre de toutes les capacités d'un être vivant pour vaincre une résistance ou surmonter une difficulté ⁵³ ». Il se place entre l'action et la volonté et suppose une détermination. L'effort est défini dans le temps, il survient pendant la décision et s'incarne dans la réalisation qui est presque inévitable. L'effort est dans l'initiation du geste et lorsqu'il est réalisé, l'effort a disparu. L'effort se différencie aussi du désir. Même si les deux sont le souhait de surmonter quelque chose, pour le désir il s'agira plutôt de surmonter un manque. Le désir marque un intervalle plus distancié

Le graphisme vous veut-il vraiment du bien ?

Le travail réalisé par tout design devrait s'éloigner de tout effort. Les efforts sont une étape douloureuse vers la satisfaction. Le design prend en charge cette pénibilité pour servir aux utilisateurs la satisfaction qu'il réclame. Efficaces, fonctionnels, esthétiques, pratiques, confortables, seraient les prérequis des productions du design. L'exposition « The Happy Show » qui a eu lieu à la Gaîté Lyrique à Paris en 2013, expose la quête du bonheur de Stefan Sagmeister. Graphiste, typographe mais aussi artiste, il est devenu célèbre pour ses pochettes d'albums de rockers mythiques comme Lou Reed ou les Rolling Stones. L'exposition itinérante, qui commença en 2010, invite le spectateur à se questionner sur les efforts mis en place pour atteindre le bonheur. Le graphiste n'a pas hésité à se mettre en

53 Définition donnée sur le site : cnrtl.fr

54 Kant, *Anthropologie du point de vue pragmatique*, 1^{ère} partie, Vrin, p. 93 ; cité dans le Dictionnaire de Philosophie, Baume-les-Dames, Bordas, 2002, définition de « douleur », p. 78.

55 Delay et Pichot, *Abrégé de psychologie*, Masson, p. 94 ; cité dans le Dictionnaire de Philosophie, Baume-les-Dames, Bordas, 2002, définition de « frustration », p. 114.

scène pour explorer des chemins possibles vers le bonheur. Au travers de sa production graphique Stefan Sagmeister se questionne : Serions-nous plus heureux en couple, sous l'influence de la drogue ou après une séance de méditation ? Il tente de répondre sous forme de propositions. Loin de lui l'idée de nous imposer une recette miracle, il cherche avant tout à partager son expérience. Ce qui retient notre attention dans cet événement, c'est l'expression « un graphiste qui vous veut du bien » présente dans le texte de salle. Cette phrase pourrait faire penser à la servitude du graphisme visant à donner de la satisfaction au public. Dans la première pièce de l'exposition, un énorme distributeur confie aux visiteurs un petit papier, d'une taille similaire à celle d'une carte de visite, qui donne une mission à accomplir (ou non) au cours de l'exposition : « retirer une chausure », « rentrez chez vous et faites l'amour », « se faire passer pour le graphiste »... Ces cartes nous inviteraient au bonheur. Bien que l'enjeu de l'exposition ne se trouve pas là (nous conduire au bonheur), il est important de dire qu'un graphisme bienveillant n'est pas nécessairement bon. S'il reçoit toujours ce qu'il attend (du beau, du bien, du bon) le public réclamera toujours au minimum cela. Ce graphisme « bienveillant », dont nous parlons, renverrait donc l'illusion d'un bonheur, l'image du bonheur.

70

Un design qui renvoie une image trop parfaite n'est pas en phase avec le monde réel. L'écrivain anglais Alan Watts décrit dans son livre *Éloge de l'insécurité*, la réalité du monde : « Notre époque est donc une époque de frustration, d'angoisse, d'agitation, et d'accoutumance à la « drogue ». Nous devons tant bien que mal saisir ce que nous pouvons pendant que nous le pouvons et chasser l'impression que tout cela est vain et sans signification. Cette « drogue » est notre haut niveau de vie, c'est-à-dire une stimulation forte et complexe de nos sens, qui finit peu à peu par les désensibiliser ; aussi ceux-ci réclament-ils des stimulations de plus en plus violentes. Nous sommes assoiffés de distractions, de visions, de sonorités, d'émotions, de titillations dont nous voulons jouir au maximum et le plus vite possible.⁵⁶ » Le design qui imagine un futur confortable, crée du désir, des espoirs, mais trop souvent pour décrire un monde qui n'existe pas. L'idée de communiquer en donnant l'image du bonheur est compréhensible. Mais il faut savoir que la bonne intention, lorsqu'elle est accentuée, peut parfois se renverser. Paul Watzlawick écrit dans son livre *Comment réussir à échouer* : « L'opposé de quelque chose de mal n'est pas nécessairement bien, et peut même parfois être encore pire. [...] La poursuite du plus haut idéal, quel que soit le nom qu'on lui donne - sécurité, patriotisme, paix, liberté, bonheur, etc. -, est une ultra solution, une force qui [...] cherche tou-

jours le bien et crée toujours le mal⁵⁷. » Il prend un exemple : « Les actes extrémistes ne mènent jamais à la victoire finale, mais, au contraire, ne font que renforcer l'extrême opposé⁵⁸. » Une publicité actuelle illustre très bien l'idée que la multiplication d'un bien n'est pas devenir un mal. Un spot tv pour la marque SFR, mettant en avant la technologie 4G, utilise le principe de la multiplication du bien pour atteindre un bien encore plus grand. Une femme en train de décorer son sapin de Noël décide de rajouter deux fois plus de décorations pour le rendre deux fois plus beau, mais on constate que le sapin est assez chargé. Dans une autre scène, cette même femme lit une histoire au chevet de son fils, elle n'a pas encore fini son récit que l'enfant s'endort. Elle décide tout de même de le réveiller d'un geste vif pour lui dire « ce n'est pas fini ! ». Cette expression est en fait l'accroche qui propose la marque pour venter les mérites d'un service toujours plus performant. Dans ces exemples, on remarque que deux fois plus n'est pas forcément deux fois mieux. Paul Watzlawick explique à ce sujet que « quoi de plus logique en apparence, que de penser qu'une solution, une fois qu'on l'a trouvée et constamment appliquée avec succès, doit pouvoir régler des problèmes de plus en plus vastes ? Mais cent fois plus n'est cent fois plus la même chose que dans l'abstraction des mathématiques. Le truc qu'Hécate applique à ces situations et qui mène aux échecs les plus inattendus et « illogiques » consiste à faire rapidement passer les choses, au moment le plus crucial, de la quantité à la qualité. Et c'est ce saut qui surprend totalement la raison et le bon sens. À manger du gâteau tous les jours, on finit par s'en dégouter : cela semble évident. [...] trop c'est trop. [...] Plus de la même chose se révèle une fois de plus être quelque chose d'autre »⁵⁹. La manie de la multiplication peut paraître légitime, mais cette prétendue solution peut engendrer son contraire. Ce qui est bon à petite dose devient souvent mauvais une fois multiplié.

L'inconfort nécessaire

Les designers se défont des normes industrielles et conçoivent des objets qui ne sont plus uniquement fonctionnels et confortables. La question du confort, de l'usage, longtemps central, semble se

56 Alan Watts, *Bienheureuse insécurité : une réponse à l'angoisse de notre temps*, Paris, Stock, 1981 ; cité dans Chartrand Saint-Louis, « Bienheureuse insécurité », *Le portail d'Albert*, 2007.

57 Paul Watzlawick, *Comment réussir à échouer, Trouver l'ultra-solution*, Normandie, Seuil, 1998, p. 37.

58 *Ibid.*

59 *Ibid.*, p. 22.



Stefan Sagmeister,
un ticket pour le bonheur, 2013,
exposition « *The Happy Show* »,
Gaîté Lyrique, Paris.



Les Gaulois,
spot TV pour la marque SFR, 2013,
33 secondes,
France.

condaire, cédant la place à d'autres enjeux. Cela peut frustrer, le designer n'aurait pas rempli sa mission. Cette pensée est la conséquence d'un conditionnement ou d'un manque d'information sur ce qu'est le design. Ce type de critique ne date pas d'aujourd'hui, elle a été la même lorsque l'art abstrait a fait son apparition par exemple.

Il est important de savoir que le design n'est pas forcément mauvais lorsqu'il ne répond pas à des critères de « bienveillance ». Son but n'est pas uniquement de satisfaire. En design, à vouloir toujours donner du bon, du bien, du beau, certes les attentes du public ne sont jamais déçues, mais il réclamera toujours plus. Il faudra toujours communiquer par un design graphique réussi, correspondant à la demande d'une société pragmatique et utilitariste. (Notons que le designer n'est pas l'unique « coupable », car il est soumis aux attentes des usagers et aux contraintes fixées par le commanditaire.) Le design devient alors un service qu'il faut en permanence améliorer. Et ce sont sur les chaînes de production du design que se lancent les nouveaux standards, normes et attentes normées des consommateurs. Il serait illogique de normaliser le confort comme a pu le faire le mouvement Bauhaus dans la première moitié du XX^e siècle. À l'origine de la théorisation des processus d'industrialisation de fabrication du design pour le plus grand nombre, ce mouvement a posé les différentes fonctions d'un siège et abordé des questions d'ergonomie, d'esthétique, de reproductibilité. Il faut briser cette chaîne. En tant que designer, arrêtons de faire souffrir l'utilisateur dont le bonheur ne sera jamais assouvi. D'un point de vue éthique, offrons-lui plutôt la vérité. Il ne s'agit pas de nuire à son bonheur, mais de l'éloigner du malheur et ne pas lui mentir sur la vente d'un bonheur inaccessible. Notre quête est, rappelons-le, vouée à la souffrance, car il s'agit d'un désir qui ne sera jamais assouvi. Comme le décrit Stefan Sagmeister dans une interview donnée pour son exposition « The Happy Show » : « le bonheur est au fond insaisissable. » Le graphiste utilise l'image du ballon comme visuel principal pour son événement. Le ballon matérialise cette idée de bonheur impossible. Il dit : « Bien sûr le ballon est une forme de bonheur kitsch et bon marché [...] Bien sûr, le ballon est, par nature, tellement remuant qu'il ne s'attrape pas si facilement et qu'il n'est pas, par définition, une chose permanente. Comme le bonheur!⁶⁰ »

L'art déceptif

Hormis la satisfaction du confort, on peut trouver d'autres possibi-

lités, d'autres qualités qui rendront un design éthique et moral. Le design ne doit pas être considéré uniquement comme un service. Il conceptualise aussi, c'est une expérience. Si l'on imagine un design qui n'irait pas dans le sens des usagers, qui irait à l'encontre de leurs attentes, est-ce aller aussi à l'encontre des principes fondamentaux du graphisme ? Proposer un design graphique inconfortable, désagréable est-ce déraisonné ? Comme a dit Raymond Loewy « la laideur se vend mal »⁶¹ certes, mais proposer un design déceptif, comme il y eut un art déceptif, peut être une expérience enrichissante et innovante pour l'utilisateur.

Laurent Goumarre, journaliste, critique d'art, producteur et réalisateur écrit un article au sujet de l'art déceptif pour le magazine *Art Press*⁶². Nous nous baserons sur ses propos pour tenter d'en expliquer les enjeux. L'art déceptif est une stratégie du « décept ». À l'heure du zéro défaut et de la garantie de la sécurité et du « satisfait ou remboursé » il prend tout son sens. Il ne s'agit pas d'une mise en échec gratuite, mais plutôt de critiquer, problématiser les attentes du consommateur. Aujourd'hui tout laisse à penser que le « design comblant » est préférable au « design archaïque ».

L'installation 1997, de Ingrid Luche à la Villa Arson, montre des bases de données qui énumèrent des énoncés énigmatiques tel que « Vanessa Paradis : chanter Joe le taxi à 14 ans, Marie-José Pérec : devenir la française la plus populaire en 1997 ». L'usage de l'infinifit incite à penser que ces écrits sont comme des prophéties, des missions à accomplir qui garantiraient l'existence des personnalités évoquées et donneraient sens à leurs vies. L'artiste trace des sortes d'arbres généalogiques, des séries de dates, un désordre qui semble, au vu des flèches tracées, s'ordonner selon des règles qui nous sont impossibles à saisir. Le spectateur intrigué et séduit par ces noms de *people*, tente de comprendre. Il essaye de poursuivre le cheminement induit par l'artiste. Or le dispositif tourne court et déçoit toute stratégie. L'artiste refuse d'en délivrer l'organisation. Déceptive, l'oeuvre met à mal les attentes du spectateur et lui propose non plus de « vérifier ses a priori, mais de prendre le temps d'être son contemporain ».

En 1996, dans l'oeuvre *Pornographics Drawings* de l'artiste britannique Cornelia Parker, rien n'est pornographique, rien si ce n'est la qualité de l'encre utilisée pour leur réalisation (une encre à base

60 Interview de Stefan Sagmeister par Élisabeth Mignot, hors série de étapes magazine, Paris, 2013, p. 14.

61 Raymond Loewy, *La laideur se vend mal*, Paris, Gallimard, 1953.

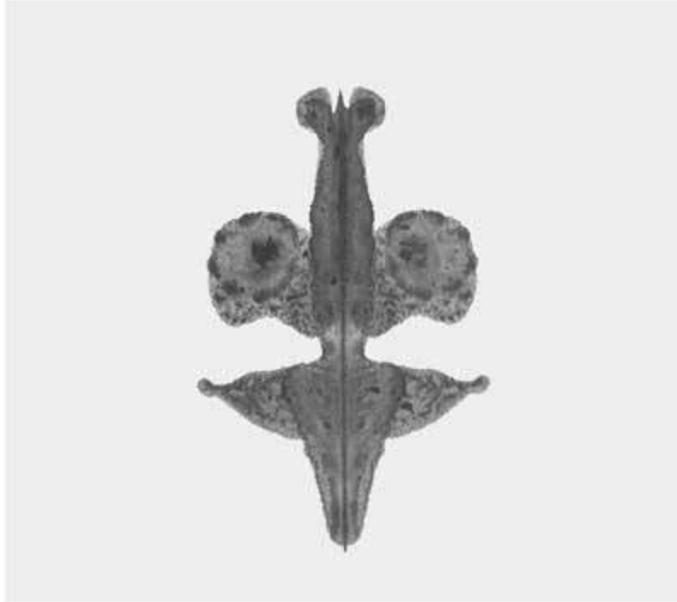
62 Laurent Goumarre, « L'art déceptif », *Art Press* magazine n°238, p. 48 — 49.



Stefan Sagmeister,
exposition «*The Happy Show*», 2013,
Gaîté Lyrique, Paris.



Ingrid Luche,
Sans titre, 1977,
Villa Arson, Nice, France.



Cornelia Parker,
Pornographics Drawings, 1996.

d'oxyde ferrique de vidéos pornographiques censurées). La pornographie n'est pas illustrée ni représentée. Le spectateur doit déplacer son attention, au-delà du repérable plastique jusqu'à la réalisation technique.

Il est encore une fois question de sexe chez Noritoshi Hirakawa, artiste japonais contemporain. Dans sa série photographique *La Vertu dans le Vice* l'enjeu déceptif réside aussi dans la promesse d'un titre. Pourtant, aucune provocation n'est là encore apparente. Des immenses photographies de jeunes femmes posant devant des églises américaines ne donnent « rien à voir », telle est la dynamique déceptive. Ces grands formats (150x100 cm) ne suffisent pas à montrer ce qui avait pourtant motivé le regard du spectateur. En fait les modèles ont toutes un vibromasseur entre les cuisses. Telle est la stratégie déceptive amenée par l'artiste. Le dispositif déçoit entre réalité photographique (ce que le spectateur voit) et réalité psychique (ce que le spectateur attendait) et la réalité physique (ce qui se passait lors de la prise de vue). Ces œuvres prouvent l'importance et le rôle majeur que l'on donne au titre. Il conditionne les attentes du spectateur et devient ici une source de déception, il y a une différence entre ce que le spectateur pensait voir et ce qu'il voit réellement.

77

Dans le registre de la danse, le solo intitulé *Waw* de la chorégraphe Myriam Gourfink, met en scène une danseuse, moulée dans du latex, dont le corps est à l'état de relâchement, d'abandon musculaire. Son équilibre est menacé par les déflagrations de la bande son mixée par Norscq, musicien d'électronique français. Le spectateur voit alors sans cesse son attention détournée entre le spectacle dansé face à lui et le dispositif sonore en arrière. Des sons de claquement de latex sortent des baffles et frustrant le spectateur qui ne sait où regarder entre ce corps fantasmé de latex rouge et la bande son qui laisse croire que quelque chose se passe ailleurs en même temps. Le désir reste alors insatisfait. Le spectateur est coincé.

L'art déceptif prend place dans un contexte où la culture de la contestation s'amenuise, l'artiste d'avant-garde quitte son rôle de provocateur et se concentre plutôt sur une distanciation critique. Rainer Rochlitz, philosophe et historien d'art a expliqué ce changement : « Après avoir tenté, en vain, d'agir sur la réalité sociale dans le sens de l'utopie moderniste, l'artiste punit en quelque sorte le public de son insensibilité, en le décevant⁶³. » L'art déceptif permet de redéfinir le statut du spectateur en s'éloignant des objectifs modernistes : culte de la nouveauté, de l'originalité et de la belle forme. Il ne

répond pas aux attentes et va même à l'encontre de celles-ci. Ces deux caractéristiques sont le centre d'une expérience nouvelle, d'un partage honnête entre créateur et spectateur. Dans l'art déceptif, le spectateur est toujours l'élément central, il est au coeur du dispositif artistique. Le public ne se trouve plus dans une situation où il aurait la possibilité de se projeter ou de s'identifier à un idéal, ni même de l'espérer. Devant cette volonté de rejeter un idéal et de décevoir les âmes, la désillusion des spectateurs les rapproche de la réalité, de la vérité. L'œuvre déceptive renouvelle les interactions avec le public. Il s'agit d'expérimenter, non sur un plan conformiste du goût et du plaisir des masses, mais plutôt sur la base d'une micro-expérience singulière.

Le travail de Vier5 et Paul Cox où l'effort est utile

La mise à mal du consommateur permet au moins un rapport honnête avec lui. On ne lui fait pas croire ou espérer le bonheur. Si nous devons provoquer l'effort du public face à un objet de design, cela générerait des réactions nouvelles et le public s'enrichirait d'une expérience différente. Cette déstabilisation peut permettre d'évaluer la mobilité intellectuelle et pratique de l'utilisateur. Ce qui relève d'un inconfort visuel, d'un échec, permet toutefois à celui-ci de se détacher des normes et des habitudes qui le conditionnent. C'est ce que le studio Vier5 expérimente.

Catherine de Smet est une historienne de l'art et critique française dont le champ d'application est le design graphique. Dans son livre *Pour une critique du design graphique* dans le chapitre intitulé « graphisme d'inutilité ludique », elle explique pourquoi elle « aime le travail de Vier5 »⁶⁴. Tout d'abord, elle explique avoir choisi un « cahier rouge » de Vier5 pour écrire ses lignes. Ce cahier, dont les pages blanches sont rayées en oblique de lignes écarlates et disposées à intervalles réguliers, n'a rien à voir avec les carreaux habituels. « L'expérience est différente. » explique-t-elle. Ce cahier, faisant partie d'une série, l'a invité à changer ses habitudes. C'est ce qu'elle trouve intéressant dans le travail de Vier5.

Les deux allemands, Marco Fiedler et Achim Reichert décident de créer leur studio en France en 2002. Celui-ci se caractérise par son

63 Rainer Rochlitz, *L'art au banc d'essai : Esthétique et Critique*, Paris, Gallimard, 1998, p. 383.

64 Catherine de Smet, *Pour une critique du design graphique. Dix-huit essais*, Paris, B42, 2013, p. 119.



Noritoshi Hirakawa,
Vertu dans le vice, 1997,
Russie.



Myriam Gourfink,
Waw,
solo chorégraphié, 1998,
Amsterdam.

excentricité. «La posture de Vier5 est inhabituelle : qu'il s'agisse de concevoir un vaste programme d'identité visuelle et de signalétique pour le musée du design de Francfort, d'assurer l'ensemble de la communication graphique du centre d'art de Brétigny-sur-Orge, ou de répondre à des commandes ponctuelles, une dimension artistique vient toujours, à des niveaux divers, orienter les propositions et produire des résultats inattendus.» déclare-t-elle. Comme le fut le choix de l'abstraction pour certains artistes, Vier5 se détache de tout conformisme. La lisibilité par exemple, ne constitue plus chez eux l'enjeu majeur de la création typographique. «Impensable, estime Vier5, de dessiner des alphabets adaptés de modèles anciens, ou d'exploiter des caractères qui ne seraient pas contemporains. En revanche, les arts de la rue, les inscriptions vernaculaires et tout ce qui compose la culture d'aujourd'hui vient nourrir les recherches du studio, dans une optique prospective. Fiedler et Reichert militent pour une perception élargie de la typographie et une transformation du regard qui motivent la dynamique expérimentale de leur travail.» Comme l'art déceptif, la posture particulière de Vier5 suppose un véritable engagement de la part du public, des clients.

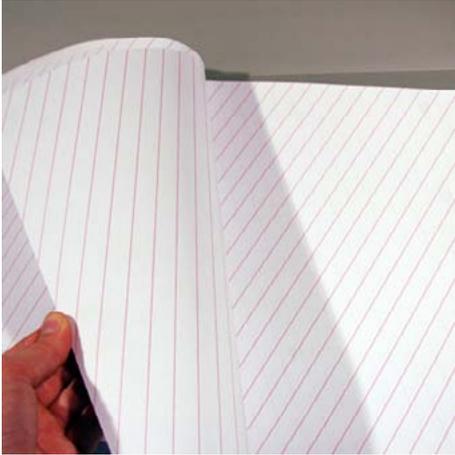
Le travail du studio pour le centre d'art contemporain de Brétigny dépasse les rapports graphistes/commanditaires. Pour le directeur du C.A.C., leur production fait partie intégrante de l'offre artistique du centre. En 2005, le studio imagine un poster pour l'exposition «In-volution», celui-ci est imprimé avec un pourcentage de teintes fluorescentes si faible que la lisibilité des différents éléments est presque impossible. Cette même affiche fut envoyée par la poste pliée en huit et collée de telle sorte qu'à l'ouverture le papier s'arrache. La cohérence avec le thème de l'exposition fonctionne. Pour l'événement «Monnaie vivante», ils utilisent une affiche déjà réutilisée pour trois événements différents. Celle-ci superpose les informations des trois dates, la surcharge de textes crée la confusion et le désordre. Contrairement à certains studios ou graphistes comme Bruce Mau, M/M ou Ruedi Baur qui ont créé des identités muséales, dont la particularité réside dans l'élaboration d'un système évolutif (Il semblerait qu'une identité visuelle pour ce type de lieu ne soit jamais pérenne, c'est pourquoi les graphistes recherchent des solutions «composites ou ré-appropriables»), le studio «Vier5 renverse en quelque sorte la question, prenant la précarité de la communication visuelle pour sujet d'une identité durable et sophistiquée, emblématisée par ce logo accidenté, complexe et raffiné.» La communication intitulée «025a plotter-50» pour le musée du design à Francfort est un bon exemple. Vier5 exploite la communication (ce qui en reste) existante et en fait un matériau à part entière. Les deux graphistes s'en servent

pour créer une identité offrant des irrégularités et certaines formes chaotiques voir archaïques. Catherine de Smet conclue son chapitre en écrivant : «Vier5 défend sa liberté, le luxe de créer trois posters pour une exposition, la fantaisie d'imprimer une image invisible, de concevoir des polices de caractères qui ne ressemblent à rien, le plaisir de se laisser surprendre. Ce qui n'exclut ni l'exigence professionnelle, ni la prise en compte des besoins du public.»

Dans ce même livre, l'historienne de l'art et critique française s'intéresse au travail de Paul Cox, qui lui aussi a su se défaire des attentes et des habitudes des usagers⁶⁵. Paul Cox est un graphiste français, autodidacte. Dans son édition hors norme ; *Petit manuel à l'usage des peintres de nature morte*, la reliure est composée de morceaux de cagettes, la couverture est en bois, assumée à son état brut. Le peu d'inscriptions ou d'illustrations présentes laissent ce fond bien apparent. L'irrégularité dans les teintes du bois et les aspérités naturelles sont tout-à-fait distinctes. Si cet aspect peut sembler dissuasif, le toucher, le contact physique avec la matière «constitue une expérience différente» explique Catherine de Smet. «D'autant plus que la singularité du support ne se mesure pas seulement au toucher, mais également à l'ouïe : le frottement, le frôlement même, des doigts sur la couverture produit un son inattendu. Sans connaître la structure interne du matériau en question, je le devine composite : il sonne creux.»

Une fois encore, la question du titre est posée. *Histoire de l'art* est le titre qui apparaît sur la couverture d'un livre sobre qui ne donne aucun indice sur ce qui se trouve à l'intérieur. C'est un «conte à rebondissement qui pourrait décevoir le lecteur studieux cherchant à s'instruire» déclare Catherine de Smet.

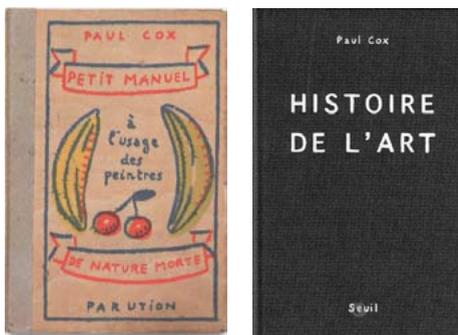
Plus connu, l'abécédaire que développe Paul Cox semble à priori ne pas apprendre grand-chose à l'enfant qui le manipulerait. «Les abécédaires de Paul Cox, contrairement aux lois du genre, ne s'appuient pas toujours sur un répertoire figuratif favorisant l'exercice mnémotechnique.» Là où tout le monde attendrait un A avec une forme d'abricot, un B en forme de Bateau et un C en forme de Chat, Paul Cox ne propose aucune figuration. Il crée un nouveau code permettant de traduire un mot par une forme colorée abstraite. De nouvelles icônes, dont la fonctionnalité peut en fait «sembler aussi énigmatique». Sous ce procédé simple, il y a un grand appel à l'imaginaire de l'enfant. De plus, les lettres deviennent autant de pièces d'un jeu



Vier5,
Cahier d'exercices rouge,
Frankfort, 2001.

Affiches événementielles,
CAC de Brétigny, France, 2006.

Signalétique provisoire,
Musée du design, Frankfurt, Allemagne, 2004–2005.



82



Paul Cox,
Petit manuel à l'usage des peintres de nature morte, 1998,
Paris, Parution.

Histoire de l'art, 1999,
Paris, Seuil.

Animaux, 1997,
Paris, Seuil.

Le Livre le plus long, 2009,
Paris, Les trois Ourses.

sans fin et les enfants non lecteurs peuvent jouer avec les images.

Paul Cox se positionne aussi sur la problématique de la fin que nous évoquions précédemment. Pour lui un objet sans fin n'est pas un échec. Il trouve le moyen de créer des supports sans fin, tout en ne laissant pas son usager sur sa fin. C'est le cas dans *Le livre le plus long*. Celui-ci est composé d'une succession de pages qui représentent le parcours, le cycle du soleil. Organisées autour d'une reliure à spirale, les pages défilent. L'absence de couverture n'indique pas au lecteur un quelconque début ou fin, «sa consultation peut ainsi se prolonger indéfiniment, comme la répétition des jours au fil du temps». En ce sens, le livre peut être considéré comme l'un des «plus longs».

Le travail du studio Vier5 et de Paul Cox sont deux exemples de mise à l'épreuve de l'usager. Ils proposent d'autres pratiques de la lecture, d'autres formes de lisibilité, en somme une communication différente qui peut être associée à une forme d'activisme. Les habitudes sont bouleversées et l'utilisateur doit faire l'effort de surmonter une insatisfaction. Cet effort l'amènera à des expériences hors normes. Il permet de faire dépasser de manière active son rôle d'observateur. Mettre l'utilisateur face à l'inconfort ou à la pénibilité suscite de nouvelles réactions, de nouvelles manières d'appréhender le design.

83

Face à un design faisant intervenir l'échec, le public a de nouveau l'occasion de réfléchir, de s'éloigner des sentiers battus. De plus, la réaction imprévisible du spectateur peut être une source de création pour les designers. La proximité des deux parties est intéressante, un échange s'opère.

Depuis le début du XX^e siècle des mouvements artistiques contestataires, accordés aux révolutions sociales, ont fait émerger de nouveaux enjeux, de nouvelles esthétiques, de nouveaux statuts pour l'art. Toutes ces démarches ont un point commun, elles engagent un regard par l'envers. Un regard qui met en échec toute forme de précepte donné comme modèle.

L'échec se traduit par des postures ou des esthétiques radicales, comme celle du détournement, de la déraison, de l'inachevé, de l'effacement etc. Serait-il possible d'envisager une radicalité similaire dans le domaine du graphisme ? Comment amener l'échec dans une pratique plastique ? Quel pourrait-être sa légitimité ? De la même façon qu'il existe des artistes qui chutent, peut-il exister un graphiste de l'échec ?

ARTISTE
NON HÉROÏQUE
GRAPHISTE
DE L'ÉCHEC

CHUTE LIBRE

Le rejet du culte de l'objet

L'attitude des auteurs des *happenings* en 1960 est politique, ils rejettent le culte de l'objet en art et de l'art en tant que bien de consommation. L'utilisation de leurs corps en action (ou non) permet d'échapper aux normes artistiques. Cette position est encore présente aujourd'hui dans le domaine des performances contemporaines. Devenues une des formes préférées des artistes féministes, notamment de la côte Ouest USA, la performance est un moyen pratique et «une manière de contourner l'attente du public [...], tout en conservant la possibilité de communiquer du contenu», explique Martha Rosler, artiste new-yorkaise¹. Ici réside une volonté de s'écarter des normes de l'art, des schémas habituels dans le rapport oeuvre/spectateur. «En fin de compte, il s'agissait de faire naître des réactions différentes, des réactions qui sortent de l'ordinaire, du train-train habituel.» explique-t-elle.

85

Artiste de la gravité

Le refus du culte de l'objet en art est un moyen pour l'artiste de se concentrer sur un autre objet, son corps. De nombreux performeurs, qu'il s'agisse d'artistes, de peintres, de vidéastes, de photographes, de danseurs ou de chorégraphes ont été inspirés par ce matériau. Qu'ils proviennent de domaines ou d'endroits différents ne change rien, le corps de n'importe quel performeur est, à peu de chose près, égal à tous. Et s'il existe bien une règle, une contrainte commune, c'est celle de la gravité.

La pratique de la chute n'est pas pour eux un rejet de la transcendance. Ce n'est pas tant la chute comme une conséquence d'un déséquilibre du corps mais plutôt comme un détachement, un passage d'un état à un autre ou un moment de l'entre-deux, insaisissable.

Pour Yves Klein, le concept de monochrome qu'il développe ne s'éloigne pas tant de la chute qu'il réalise en 1960. Il recherche une présence immatérielle, il arrondit les angles des châssis et les accroche avec un léger décalage par rapport au mur. Les tableaux semblent en suspension dans l'espace. Les objets sont en lévita-

tion. Dans la continuité de son travail sur l'espace bleu, l'artiste s'intéresse à l'espace tout-court, celui du vide. Ce thème illustre sa célèbre exposition du même nom en 1958, intitulée à l'origine «La spécialisation de la sensibilité à l'état matière en sensibilité picturale stabilisée». Le *Saut dans le vide*, dont il présente une photographie dans une fausse édition du *Journal du Dimanche* consacrée à son exploration du vide, immortalise son expérience du vide lorsqu'il se lance du haut d'un muret. Dans les colonnes de son journal, il écrit : «Pour peindre l'espace, je me dois de me rendre sur place, dans cet espace même [...] sans trucs ni supercheries, ni non plus en avion ni en parachute ou en fusée : (le peintre) doit y aller par lui-même, avec une force individuelle autonome, en un mot il doit être capable de léviter.» La chute aide l'artiste à être au plus près de l'espace. Même si l'on sait que Klein était assuré d'une bâche tendue au dessus du sol lors de sa chute et qu'il s'agit en fait d'un photomontage réalisé par ses deux photographes favoris (John Kender et Harry Shunk), l'artiste a réellement sauté et expérimenté le vide en s'imprégnant des qualités immatérielles.

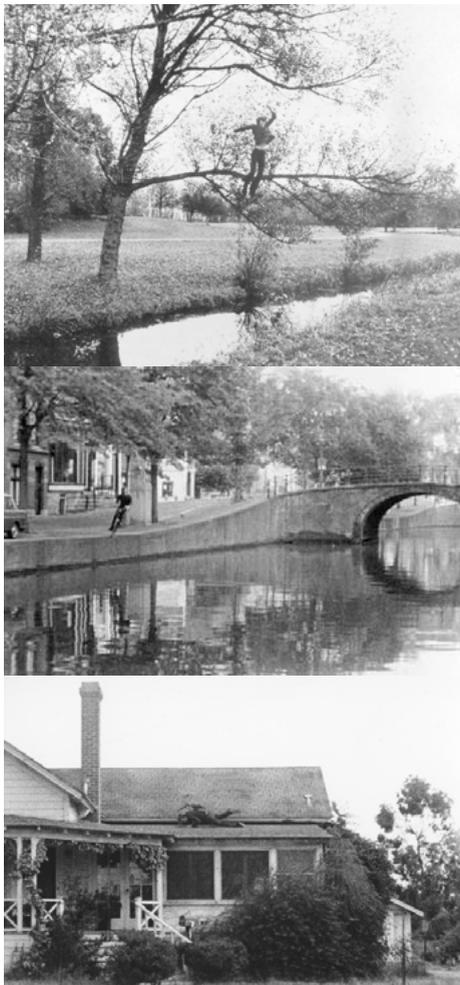
L'artiste Néerlandais Bas Jan Ader, dans sa série de photographies *Fall*, chute du toit de sa maison, d'un pont, d'un arbre, tout comme l'américain Martin Kersels qui ne fait que tomber à la renverse, en avant, sur les trottoirs, dans la nature, au travers de sa série *Falling Pieces*. Les deux artistes performeurs font l'expérience de la gravité. En tombant à répétition, ils enclenchent les mécanismes de leur corps et ses limites, afin de comprendre par eux-même cette vérité universelle. Ils utilisent leur corps comme médium artistique. Ils incarnent la liberté de l'artiste dont celle d'utiliser son corps comme il l'entend.

Les performances de ces artistes sont rendues visibles grâce à l'empreinte photographique. La photographie est la preuve du geste de l'artiste. Et ce qui est le plus intéressant dans ce support c'est sa capacité à saisir l'instant. La chute exige une temporalité dont la photographie s'empare. La chute qui démarre du haut pour atterrir en bas n'est pas celle qu'on peut interpréter au travers d'un cliché. La vision du corps arrêté dans les airs ressemble davantage à un envol, ou du moins une lévitation. Dans ces clichés artistiques, nous nous trouvons face à l'ambiguïté de l'instantané, nous précédons une action dont nous ne pouvons connaître la suite. Peut-être même qu'il s'agit là d'une montée et d'une descente dans un même temps,

¹ Martha Rosler lors de discussions sur la performance dans Jens Hoffmann et Joan Jones, *Action*, Paris, Thomas & Hudson, 2005, p. 181.



Yves Klein,
Le Saut dans le vide, 1960,
Fontenay-aux-Roses, France.



Bas Jan Ader,
Fall, 1971,
série de photographies.



Martin Kersels,
Falling, 1977.
série de photographies.

ce qui abolit la mécanique logique du mouvement contraint par la pesanteur.

Le support vidéo quant à lui assume cette attraction terrestre. C'est le cas pour l'artiste indienne Sonia Khurana qui expérimente la chute dans une vidéo intitulée *Bird*. Elle se place dans une position qui la rend extraordinairement vulnérable. Elle s'est filmée évoluant sur une scène comme si elle essayait de voler. Les performances de Khurana soulignent avec franchise et sans chercher à faire illusion, le caractère faillible et dérisoire du corps. Dans ce portrait montrant un corps nu en surpoids, elle tente de faire ce pour quoi le corps n'a pas été conçu. Elle se substitue au canon de la beauté, mais un charme et un humour émanent de la gaucherie de l'artiste.

L'idéal du corps, lorsqu'il tient de la beauté, est aussi mis en échec par l'artiste polonais Cezary Bodzianowski, comme en témoigne le cliché *Rainbow*. Son corps ne parvient pas à incarner l'idéal que l'artiste cherche à atteindre. Celui-ci échoue en effet à se transformer en un phénomène intangible, à savoir un arc-en-ciel. Ce décalage entre idéal et réalité est mis en lumière avec humour. L'œuvre scatologique dans laquelle l'artiste fait le saut entre une baignoire et un WC reste pathétique. Mais ses efforts pour donner à son corps, sans souplesse, la grâce d'un arc en ciel sont touchants parce qu'ils ne cessent de nous ramener aux limites de l'Homme. Cezary Bodzianowski travaille sur le décalage corps images/corps. Dans sa vidéo *Luna*, que l'on pourrait comparer à l'image de l'Homme de Vitruve, il avance en trébuchant, un roller à un pied et l'autre à la main, à l'intérieur d'un tambour rotatif. Les tentatives qu'il effectue pour avancer échouent constamment à cause de la gravité.

Non héroïque

Toutes ces performances, photographiées ou filmées, sont celles d'artistes éprouvant la chute tels des cascadeurs anti-héroïques et maladroits. On retrouve dans leurs démarches un romantisme de l'exploit inutile. La chute peut d'autant plus être considérée comme un échec lorsque le résultat est visible, c'est-à-dire lorsque le corps entre en contact avec le sol. Les deux artistes chinois Sun Yuan et Peng Yu donnent à voir cette conclusion avec *L'Ange déchu*. Cette installation montre un vieillard tombé du ciel. L'image d'un homme au cheveux grisants est celle du temps impitoyable qui passe. La figure de l'ange évoquée par la présence d'une toge blanche et des ailes fait référence au monde des dieux et des héros. Un monde où les

êtres sont immortels. Pourtant ce corps écrasé au sol semble contrarier cette conception. La chute anti-héroïque de cet ange désacralise son statut immortel.

La vision d'un corps allongé au sol renvoie l'image d'un homme déchu. Le corps ne peut pas tomber plus bas. L'emprise de l'attraction terrestre sur l'Homme le contraint à la soumission. C'est d'ailleurs dans cette position que les forces de l'ordre interpellent leur suspect. L'Homme couché au sol et les mains sur la tête ne peut presque plus agir. Aujourd'hui cette posture de faiblesse est transformée avec ironie dans un phénomène nommé le « *planking* ». Survenu en Australie en 2011, le *planking* est une tendance qui a pris son essor grâce aux réseaux sociaux. Le principe est de poster une photo de soi, en position de planche, allongée sur le ventre, tête baissée. Le but est de pratiquer cette posture dans les endroits les plus insolites possibles (sur des animaux, des rochers, des escalators, une boîte aux lettres...) afin d'épater et surprendre ses amis. La position de faiblesse du corps contraste avec l'endroit sur lequel il se pose. L'exploit insignifiant des *plankers* ironise la faiblesse du corps.

Pour l'artiste plasticien suisse Thomas Hirsrschhorn, rendre visible la faiblesse est un moyen de la vaincre ou du moins l'accepter. Il est « pour que la faiblesse voulue permette de vaincre la faiblesse subie, imposée »². Pour lui, rien ne servirait de noyer ses faiblesses, au contraire, l'art devrait être un moyen propice à les manifester. Cette idée s'incarne au travers de l'œuvres *les Plaintifs*, *les Bêtes*, *les Politiques*. Elle se constitue de bouts de cartons maladroitement découpés sur lesquels images et textes cohabitent. Ce support peut évoquer les pancartes de manifestations, les panonceaux des S.D.F. ou des mendiants mais aussi les bulletins de vote griffonnés. Sur ces cartons déchirés sont inscrites des phrases telles que : « Je ne comprends pas cette image. Est-ce que vous pouvez m'aider à la comprendre. S.V.P. », « Je ne comprends vraiment pas, je ne vois presque pas sur cette photo : SVP aidez-moi à distinguer entre hommes et des déchets », « Je suis perdu SVP au secours. Est-ce que c'est de l'art ou pas ? » Ces questions mêlées aux visuels sont absurdes, contradictoires. L'artiste investit la posture anti-héroïque de l'incompréhension. L'absence d'intelligence dans les propos tenus et les lacunes langagières relèvent de l'incompétence. Celle-ci est pour l'artiste, d'ordre politique. Il s'agirait de l'omniprésence des discours officiels, des slogans publicitaires qui parleraient à notre place, et sans vrai

2 Jean-Yves Jouannais, *L'Idiotie, art, vie, politique - méthode*, Paris, Beaux arts, 2003, p. 42.



Sonia Khurana,
Bird, 2000,
vidéo 3 minutes 06,
Centre Georges Pompidou, Paris.



Cezary Bodzianowski,
Rainbow, 1995,
 Foksal Gallery Foundation,
 Lodz, Pologne.

Luna, 2005,
 vidéo, 4 minutes 56.



Sun Yuan et Peng Yu,
L'Ange déchu, 2013,
Tripostal de Lille, France.



Série de photographies issues d'internet
représentant la tendance du *Planking*,
2012–2013.



Thomas Hirschhorn,
Les Plaintifs, les Bêtes, les Politiques, 1995,
publié par le Centre genevois de gravure contemporaine,
Genève.

ment vouloir dire grand-chose. La faiblesse sociale est ici associée à la faiblesse d'esprit. Thomas Hirschhorn s'intéresse aussi à la fragilité de l'artiste face au poids de la grande distribution. « Je veux aussi faire quelque chose de non-propre, de sale, de non-protégé car je crois qu'il ne faut pas se protéger, ni de soi, ni de son travail » dit-il.

À l'heure où l'homme défie cette loi universelle de la gravité en atteignant la planète Mars, il existe aussi des artistes qui reprennent tout à zéro. Cet acte, à tendance a priori régressive, peut-être considéré comme non héroïque dans la mesure où l'artiste fait le choix d'un cheminement vers le bas.

La liberté de détachement que représente le saut dans le vide pourrait-elle être envisagée dans le domaine du graphisme ? Quelle pourrait-être la posture ou le rôle d'un graphiste non héroïque ?

PERVERSION DES INTENTIONS DU PROCESSUS

95

Graphistes de l'erreur

Un graphiste non héroïque serait un graphiste qui échouerait dans son travail. Ses compétences seraient remises en question et ses productions ferait place à l'apparition de faiblesses. L'erreur peut incarner une forme de faiblesse. L'erreur est ce qui vient perturber tous les codes et les normes. En design graphique, il y aurait donc autant d'erreurs possibles qu'il y aurait de règles, si ce n'est plus. Nous prendrons donc un unique exemple d'erreur, que nous développerons plus particulièrement dans cette partie.

L'aire du numérique a donné une grande importance aux machines informatiques, elles sont devenues un outil de travail essentiel pour un graphiste. Comme nous l'avons déjà dit, la qualité de nos machines s'améliore³. Nous travaillons avec des outils de haute performance. D'un point de vue pragmatique, la machine est même plus performante que l'Homme et c'est pour cette raison que nous

l'utilisons de plus en plus. Mais on sait bien que cet outil est une création de l'Homme et que l'erreur est humaine, alors inévitablement, tous nos appareils et logiciels ne sont pas parfaits, eux aussi sont faillibles, des erreurs subsistent. Le « bugg » est le terme technique, devenu populaire, qui désigne une perte d'information, une anomalie de fonctionnement survenue depuis une machine. De tels phénomènes surgissent de manière ponctuelles, lorsqu'on ne s'y attend pas et cela à tendance à irriter l'utilisateur.

L'artiste Heike Bollig collectionne des objets qui sont le résultat d'une erreur de fabrication. Ces produits sont le reflet d'une production automatisée où des incidents sont apparus. L'artiste nous montre que, parfois, la machine peut se tromper. Le contrôle de la qualité vient corriger les erreurs de fabrication. La non-conformité des objets intéresse l'artiste, la singularité s'invite alors que le processus cherche la production d'objets identiques en masse. Dans cette collection, on remarque bien une des grandes différences entre l'erreur et l'échec. L'erreur peut être une cause de l'échec ; elle est une défaillance qui aura une conséquence sur un objet fini. L'erreur peut déclencher un échec. Les produits que donne à voir Heike Bollig sont des échecs causés par des erreurs techniques.

L'accident n'est généralement pas souhaité, il apparaît de façon impromptue et entraîne des dommages. Dans ce sens, les erreurs de fabrication peuvent être considérés comme de malheureux accidents. Ceux-ci peuvent toutefois trouver une certaine valeur grâce à leur unicité. Un des timbres les plus célèbres et recherchés des collectionneurs est un timbre provenant de Suède issu d'une erreur d'impression. Reconnu comme un des timbres les plus rares il fut vendu à plusieurs reprises. Lors de la dernière vente, en 1996, sa valeur fut estimée à plus d'un million d'euros.

Dans le domaine de l'image numérique, les défaillances sont aussi appelées « glitch ». Techniquement, il s'agit d'un dysfonctionnement survenu à cause d'un changement de tension du courant électrique. Aujourd'hui ce mot fait partie intégrante de la culture numérique, il désigne des visuels dont la défaillance technique est venue perturber ou triturer l'image. Iman Moradi spécialiste du glitch, distingue dans sa thèse deux catégories⁴. Tout d'abord il y a le glitch « pur », résultat d'un dysfonctionnement ou d'une erreur, un artefact numérique non prémédité, qui peut ou non avoir ses propres mérites esthétiques. Puis il y a le « glitch-alike » qui est le résultat d'une décision délibérée

3 Voir la partie intitulée « L'Homme et la technique », p. 13.



Heike Bollig,
Errors in Production, 2004–2013,
collection d'objets industrialisés.

du côté du programmeur ou de l'utilisateur. Ce qui est intéressant dans cette deuxième forme de *glitch* c'est la posture assumée de l'erreur. Celui qui la déclenche reprend le dessus sur les machines, il décide aussi à quel instant elle surviendra. Il fait aussi le choix d'accepter et d'exploiter un matériau provenant d'une faiblesse (technique). Et si les erreurs techniques ou informatiques que nous rencontrons parfois sur nos machines nous permettaient de retrouver un lien avec les humains qui les ont conçues?

Bien que le *glitch* fasse l'objet d'une tendance actuelle et que certains y voient l'opportunité d'une «production facile» (proche de l'amateurisme), il ne se réduit pas à un effet de forme ou de style. Si le *glitch* est apparu c'est parce-qu'il engage une réaction face à des problèmes actuels. C'est un dialogue expérimental avec le matériau numérique parfois faillible et instable. En générant de l'erreur, le graphiste reprend le pouvoir.

Les procédés pour maîtriser et produire des *glitches* sont nombreux. Pour la majorité, les *glitches* résultent d'une mauvaise communication lors du transfert de données d'un environnement à un autre. Rayer un D.V.D., corrompre le flux d'une vidéo, lancer un logiciel avec une mémoire insuffisante, modifier le code d'un fichier image ou prendre une photo avec un appareil défectueux sont quelques exemples de procédés pour générer du *glitch*. Les erreurs provoquées lors de la transmission d'information provoquent des motifs tronqués sur l'écran. Iman Moradi relève quelques grandes esthétiques que l'on retrouve dans le *glitch* : la fragmentation qui prolonge une image et en décale des parties. Le studio de design graphique bruxellois Pam & Jenny utilise le scanner pour produire ce genre de visuel. La répétition est une esthétique qui relève du clonage visuel. C'est ce qu'expérimentent les parisiens de ill studio; on remarque ici une succession d'une partie de l'image et la linéarité est une forme de *glitch* dont le résultat provient d'un entrelacement des pixels. L'expérimentation permet de s'emparer du côté aléatoire de l'erreur. Par de multiples tentatives, le graphiste essaie de comprendre et maîtriser en partie la dimension accidentelle. La culture numérique s'est emparée des défaillances pour en apprécier l'esthétique des imperfections.

Assumer l'erreur digitale c'est reconnaître son potentiel graphique, plastique. C'est se détacher des normes réconfortantes du graphisme pour engager une esthétique de la désinvolture. Mais c'est aussi une façon de réfléchir sur nos liens avec la technologie. Comme on apprécie les petites failles et détails qui font l'originalité d'un objet fait à la main, on commence à prendre conscience et à

apprécier la beauté de ces mêmes petites failles dans les objets du monde numérique. Phillip Stearns, artiste du *glitch* explique : «De la même manière que la musique punk rock est arrivée dans les années 70 en réponse à la musique populaire très lisse, le *glitch art* arrive à un moment où nous sommes confrontés à des images numériques hyper-réelles, à la haute définition, à des photos retouchées qui ne ressemblent même plus à des humains.⁵»

Aujourd'hui l'erreur est tolérée, acceptée, au-delà du domaine du graphisme. Dans la société en général, l'erreur est perçue de façon positive. L'adage selon lequel «on apprend de ses erreurs» est devenu répandu. Dans le système scolaire par exemple, l'erreur est même intégrée dans le processus d'apprentissage. Et dans le milieu de l'entreprise, il existe aussi des dirigeants qui poussent leurs employés à faire des erreurs. C'est le cas du président de P.B.S. (vaste réseau de télévision public aux États-Unis), Jason Seiken. Il considère que l'erreur est avant tout une prise de risques, qui invite à créer et à innover davantage pour qu'émergent des solutions novatrices

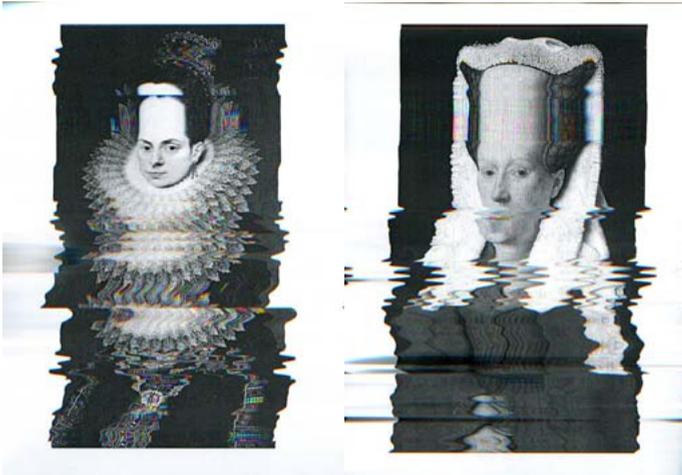
Cependant assumer l'erreur ce n'est pas assumer l'échec. Un élève peut faire des erreurs pour mieux apprendre mais l'on ne voudrait pas que sa scolarité soit un échec. Si de nombreux graphistes développent une esthétique de l'erreur, il est plus rare de trouver des graphistes qui exploitent le potentiel de l'échec.

Un échec prémédité

Si dans son processus de création, il intègre des conditions qui le mènent au ratage, il est alors possible d'imaginer un graphiste de l'échec comme il existe des graphistes de l'erreur. Ces conditions doivent compromettre toute forme de réussite dans la réalisation. Cette manière de procéder n'est pas aussi simple qu'on pourrait le croire. Personne ne nous a jamais demandé d'échouer. Échouer n'est pas dans nos habitudes ni dans nos raisonnements, c'est aller à l'encontre de nos principes. Dans une pratique graphique, nos gestes s'articulent pour faire bien, pour faire mieux, ce sont devenus des automatismes et il est compliqué de s'en défaire. Dans ce cadre, échouer est un presque défi. On ne peut donc pas penser qu'échouer

4 Chloé Rhyse, «L'erreur est humaine : une histoire de *Glitch*», Regards sur le numérique, 2013.

5 Propos tenu par Phillip Stearns dans *The Art of Glitch*, film documentaire, PBS Digital Studios, 2012, 6 minutes 15; cité dans Chloé Rhyse, «L'erreur est humaine : une histoire de *Glitch*», Regards sur le numérique, 2013.



Pam & Jenny,
recherches de visuels pour un événements de la S.C.A.M., 2011,
Bruxelles.



ill studio,
images postées sur le compte instagram du studio, 2013.

est à la portée de tous. Le dépassement d'une culture officielle en graphisme est une ouverture qui a laissé place à l'amateurisme. Mais il faut d'abord connaître les règles avant de les enfreindre. Les anglais utilisent une expression «K.I.S.S.» : «*Keep it Simple, Stupid*» (Fais simple, abruti) pour rappeler qu'avant de vouloir faire compliqué il faut savoir faire simple, il faut d'abord savoir utiliser une Helvetica avant de chercher à placer une typographie plus exotique. Il faut savoir éviter les erreurs avant de pouvoir décider d'en produire, sinon le graphiste n'aurait aucun mérite à échouer.

Pour imaginer un processus de création qui nous mènerait à l'échec, on peut penser à différentes possibilités : le choix d'un matériau non-adapté ou défectueux peut nous conduire à l'échec et le choix d'un contexte défavorable peut aussi nuire à l'action de production.

Ivan Rodéo Rodriguez est un jeune graphiste français indépendant qui a créé dans le cadre de son mémoire un processus informatisé ayant pour objectif de détériorer une image. Sur son site, une animation nous montre ce que pourrait être le téléchargement d'une image, couche par couche, via un logiciel de transfert de fichiers de type torrent. Cet exemple nous montre que créer puis utiliser une machine qui serait incompétente nous permettrait une production de l'échec.

Annoncer l'échec c'est anticiper un résultat raté. Dans une production graphique, nous avons pu nous questionner sur un échec prémédité : en effet, que se passerait-il si l'on faisait des enluminures au marqueur, si l'on réalisait des monochromes au stylo à bille, si l'on tapait un texte avec une machine à écrire sans encre?

Le choix du contexte de création peut aussi avoir une incidence sur le résultat. Ainsi Albert Fine, un artiste du mouvement Fluxus a engagé en 1960-1970, une production dans des lieux de passages ; des *coffee-shops*, des cafétérias ou encore des *fast-foods*. Ces espaces publics, où il passait des journées entières, lui servaient d'atelier. Il bricolait des cartes et dessinait les objets qui se trouvaient face à lui, des objets usuels du quotidien. Le support papier qu'il utilisait était trouvé sur place, cela pouvait être un bout de carton qui dépassait d'une poubelle qu'il améliorait ensuite par un dessin rapide pour enfin l'offrir au premier passant rencontré. Cette décision d'habiter un lieu non adéquat à la création est peut être un moyen d'aboutir à une production vouée à l'échec.

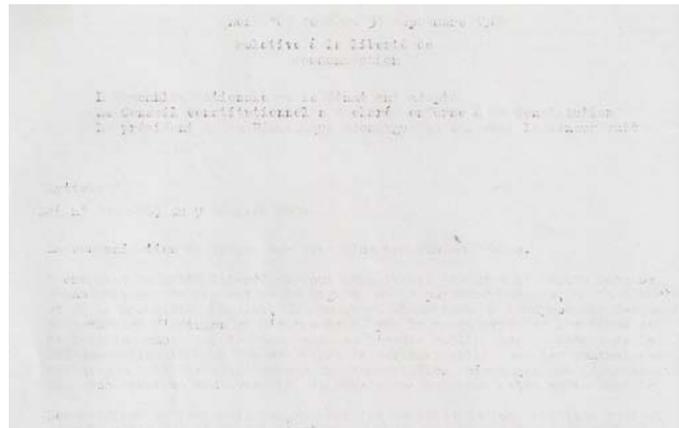
Greta Alfaro, artiste, choisit de donner un banquet en plein milieu de

nul part. Elle dresse une table très conventionnelle, tout est ordonné, à sa place. Dans la vidéo, *In Ictu Oculi* (en un clin d'oeil), cette table apparaît au centre de l'image en plan fixe. S'il s'agit d'une référence à la Cène, les convives qui prendront place n'entrent pas dans le même registre. Le calme illustré par cette table, ces bouteilles et ces aliments se trouvent déjà perturbés par une broussailleuse en fond et la brise légère qui soulève la nappe. Cette nature morte ne tardera pas à être chahutée lorsqu'une horde de vautours s'installe sur ce festin. Leur arrivée transforme cette suggestion biblique en quelque chose de cauchemardesque. Cette scène était vouée à l'échec. Ignorant la présence de la caméra, pendant plus de dix minutes, les volatiles bousculent les codes formels du repas, se battent pour des côtelettes d'agneau, brisent la verrerie et renversent les chaises. Cette table disposée au beau milieu de la montagne allait forcément engendrer des conséquences improbables. Le choix du contexte d'intervention, lorsqu'il est inadéquat peut être une piste d'échec.

Le choix d'un contexte spatial peut également générer de l'échec, réaliser un grand format dans une pièce exiguë ou un recul n'est pas possible, un espace où la température est tellement élevée que l'encre n'arrive pas à sécher, un endroit où la luminosité nous empêche de voir ce que l'on produit sont encore des pistes exploitables en vue d'une production. Pour pousser le vice de la réussite à tout prix, pourquoi ne pas se lancer le défi de réaliser une production impossible? Par exemple : Comment faire de la couleur avec du noir et blanc ? Paul Cox l'a fait. Dans son livre *L'art de la couleur*, il réalise des planches noires et blanches qui illustrent avec inventivité les couleurs. L'échec qui serait prémédité peut aussi se renverser en réussite. Cette situation est surprenante.

La contrainte, celle qui dérange, peut appeler l'échec. Un graphiste qui engage dans son processus des moyens qui permettent de détourner le résultat pour arriver à un échec, se surprend lui-même en déjouant les normes qui l'amèneraient à la réussite. Il peut même y avoir là une forme de jouissance causée par la liberté d'enfreindre les règles.

Est-ce que cette jouissance doit-elle être considérée comme perverse? La perversité ne résiderait-elle pas plutôt dans le fait de mettre l'usager dans une situation d'échec?



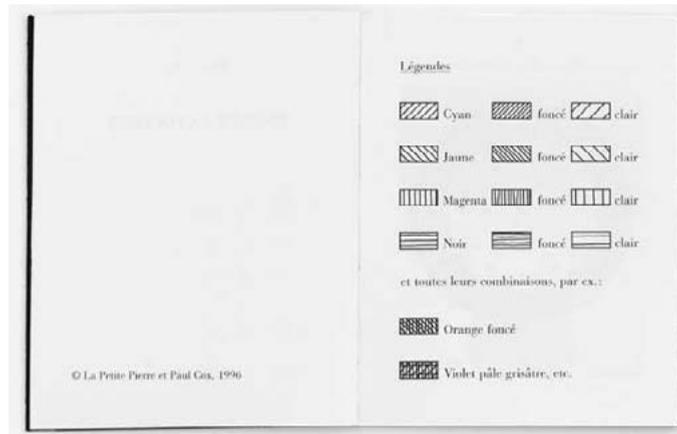
Justine Vernier,
Expérimentations plastiques, 2013,
Enluminure au marqueur sur du papier buvard,
Monochrome au stylo à bille,
Texte tapé à la machine à écrire sans encre,
Roubaix, France.



Ivan Rodéo Rodríguez,
Processus, 2009,
vidéo d'un téléchargement d'image,
couche par couche, 22 secondes.



Greta Alfaro,
In Ictu Oculi, 2009,
vidéo, 10 minutes 37.



Paul Cox,
L'Art de la couleur, 1996,
 Bruxelles, La Petite Pierre.

Mettre l'utilisateur en échec

Si notre volonté, en tant que graphiste, est de créer un dispositif qui met l'utilisateur dans une situation d'échec, on peut dire que nous agissons selon une certaine perversion. L'objectif du design est bouleversé. Notre intention n'est plus de créer un langage visuel pour transmettre un message de manière efficace et appropriée, mais de créer pour contrarier et frustrer l'utilisateur.

Cette visée est une sorte de partenariat avec un « mal », mais il faut néanmoins différencier le méchant du pervers. Le pervers choisit délibérément de dévier les normes, contrairement au méchant, qui « tombe mal ». « Nul n'est méchant volontairement » écrit Platon dans le *Gorgia*⁶, cela signifie que c'est par ignorance du bien que l'Homme fait le mal, alors que la perversion est une forme volontaire de « méchanceté ». On dira d'un enfant qu'il est pervers quand il « ne sait plus quelles bêtises inventer »⁷. L'adolescent, que décrit Jean-Jacques Rousseau, accuse injustement une servante après avoir lui-même volé un ruban lors d'un déménagement. Sa bêtise est méchante et son mensonge est pervers.

104

L'artificier français Patrick Auzier explore cette dimension de perversion, il prend un malin plaisir à « faire tout péter ». Même s'il est un réel professionnel, sa manière d'utiliser le feu s'apparente à celle d'un enfant prêt à faire des bêtises. *La Danse des Feux* est une vidéo qui capte l'un de ses spectacles donné pour le 850^e anniversaire de la ville de Fribourg, en Allemagne, en 2007. Bien que le montage et la bande sonore accentuent la tension et l'effet de vacarme, l'expérience reste perturbante. Les personnes qui s'attendraient à un feu d'artifice sont confrontées à une avalanche de flammes et de pétards qui résonnent comme le champ de bataille d'une grande guerre. Les détonations, les déflagrations et la fumée surprennent le spectateur. Patrick Auzier malmène son public à travers un spectacle digne d'une apocalypse. Dans le domaine de la musique électronique, la tendance des parasites sonores s'est imposée depuis les années 90. La *glitch music*, la concret ou la minimale ont intégré les sonorités dérangementantes et oppressantes. Carsten Nicolai, connu sous le pseudonyme d'Alva Noto, allie ce genre de sons à une pratique visuelle. Écouter un de ces morceaux tel que *Frequenzen (hz)* peut être vécu comme un supplice auditif.

Après avoir distingué le méchant du pervers, il est d'autant plus important de distinguer la perversion, qui est un moyen et la perversité, qui est une attitude, une fin. La perversion est une conception, la

perversité est un sinistre plaisir que nous prenons à imaginer le mal que nous pourrions faire à autrui, or ce n'est pas notre cas. L'échec prémédité est certes destiné à perturber, à décevoir, à frustrer l'utilisateur, mais notre (malin) plaisir n'est pas sadique, nous ne jouissons pas de la douleur d'un autre. Dans un dispositif de l'échec, notre objectif est d'emprunter le chemin de la perversion pour atteindre une fin légitime, qui démontre les enjeux vertueux de l'échec; à savoir une qualité créatrice et une valeur éthique.

Premièrement l'échec est légitime lorsqu'il déploie son potentiel de création. Bien que nous prémédions un raté, le processus de création nécessite des ressources qui proviennent de l'intelligence et de l'imagination. Selon Pascal, « le mal est aisé, il y en a une infinité, le bien presque unique »⁸. Par là il entend qu'il n'y a pas « trente-six façons » de faire le bien, alors qu'il y a « mille manières » de détourner la loi, de faire le mal. Les voies de la perversion nous permettent de développer de nouveaux procédés graphiques pour un objectif inhabituel. Sortir des normes de production est une façon stimulante de provoquer la créativité. Nous pouvons alors trouver un plaisir créateur dans l'échec. Un design de l'échec est une expérience hors normes et enrichissante pour nous, mais aussi pour l'utilisateur. Il a le mérite d'attirer l'attention du spectateur par l'inouï et la singularité de la situation. Celle-ci se détache des normes et des codes attendus du graphisme. Face à l'échec, nous pouvons susciter de nouvelles réactions chez l'utilisateur, trois types de réactions sont envisageables. La première pourrait être désintéressée, c'est-à-dire que la situation d'échec serait tellement mal vécue que l'utilisateur fuirait le dispositif, comme ce fut notre cas lors de l'écoute du morceau *Frequenzen (hz)* de Alva Noto. La seconde réaction possible serait celle d'un public plutôt attentif, qui saurait au moins apprécier l'esthétique de l'échec. L'ouvrage que donne à voir la jeune graphiste allemande Emmy Van Thiel, est composé de photocopies de re-photocopies d'une édition d'époque de Walter Benjamin. Le processus de reproduction est tellement répété que le texte devient illisible. L'objet a une fonction indépendante face à son original, celle d'être feuilleté afin de contempler un flot de masses grises abstraites. Une esthétique de l'échec est aussi développée lors de la campagne publicitaire hiver 2013 de la maison de couture Carven. Les modèles au premier plan apparaissent flous alors que l'arrière plan est net. C'est une

6 Platon, *Gorgias*, 428–348 av. J.-C.

7 Rousseau, *Les Confessions*, livre II, 1955, p. 104; cité dans le mémoire de Patrick Vignoles, « La perversité », La Gaya Scienza, 2011, p. 69.

8 Blaise Pascal, *Pensées*, 1670; cité dans le mémoire de Patrick Vignoles, « La perversité », La Gaya Scienza, 2011, p. 132.



Patrick Auzier,
La Danse des Feux, 2007,
Fribourg, Allemagne.



Emmy Van Thiel,
ouvrage composé de photocopies de re-photocopies,
en référence à l'essai de Walter Benjamin :
L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique.



Carven,
campagne publicitaire,
Hiver 2013.

posture, à priori, d'échec pour vendre des vêtements qui ne sont pas mis en valeur. Enfin, la troisième réaction notable serait celle d'un public curieux, investi et joueur, qui chercherait à contourner cette situation d'échec pour trouver une solution, s'il y en a. C'est le cas pour deux sites web. itshardtolikethis.com nous invite à cliquer sur un bouton qui nous échappe lorsqu'on le survole, ici l'échec devient un jeu. L'autre site, project-euh.com s'empare du concept de la page « erreur 404 » pour laisser place à différentes possibilités de navigation toutes plus absurdes les unes que les autres. Des pièges liés à nos habitudes de navigation bouleversent l'internaute. Tous ces exemples reflètent de nouvelles façons d'accueillir un message et de le décrypter, ils invitent l'utilisateur à développer son potentiel de création dans la réception.

Deuxièmement, au delà des enjeux créatifs, l'échec est aussi une manière de valoriser l'importance du rôle du graphiste aujourd'hui. Il y a là une valeur éthique de l'échec, en bafouant les règles d'usage, le public pourrait prendre conscience que le design graphique a une place importante dans une société de l'image. En effet, la démocratisation des outils du graphiste permet à chacun de s'exprimer et de se prétendre graphiste à son tour. Le graphisme que réalisent les agences de publicités est, sauf pour quelques rares exceptions, caractérisé par des messages infantilisants destinés à faire rêver. Ces images semblables les unes aux autres ne sont presque plus regardées ni lues. Comme l'explique Vincent Perrotet par « la puissance de leur nombre, (ces images) remplissent parfaitement leur mission de normalisation du regard par le bas : la transformation du citoyen en consommateur »⁹. Il ajoute dans sa pétition, qui dénonce un manque de prise de conscience d'une culture graphique en France, que l'apparition récente de métiers comme responsable de la communication fait du tort aux graphistes ; « ces personnes sont la plupart du temps incompetentes à remplir valablement leur mission. Elles sont sans formation liée au design en général et encore moins aux formes graphiques. Elles n'ont aucune connaissance quant à l'économie sociale des ateliers de création et peu de maîtrise des sciences humaines et sociales qui sont les sources avérées du design, indispensables pour penser et construire les formes ». L'échec pourrait-il influencer le regard du public ? Pourrait-il lui montrer, par la négation, par l'envers, par la régression, que le graphiste a une mission dans notre espace public ? L'échec, pour le graphiste, peut être un enjeu politique, une position engagée par rapport à sa condition.

Mettre l'utilisateur en échec est une forme de perversion. Ce chemin

de la perversion est a priori négatif, politiquement incorrect, néanmoins notre dispositif de l'échec renvoie à des fins vertueuses. Dans ce cas, nous pouvons dire que l'échec est une valeur négative. Il est capable de mettre en exergue le potentiel de création du graphiste et de l'utilisateur et de revendiquer une certaine éthique du graphisme. En plus de faire de la pratique du graphisme un activisme en faveur de l'échec, il est donc possible de faire de l'échec un activisme pour le graphisme.

Si dans la conception de l'échec, des enjeux peuvent être légitimes, est-ce que cela peut concrètement fonctionner dans une démarche professionnelle ? Y a-t-il aussi des avantages à mettre le commanditaire dans une posture d'échec ? Peut-il y avoir une dimension marketing de l'échec ?

RENTABILISER L'ÉCHEC

Flops

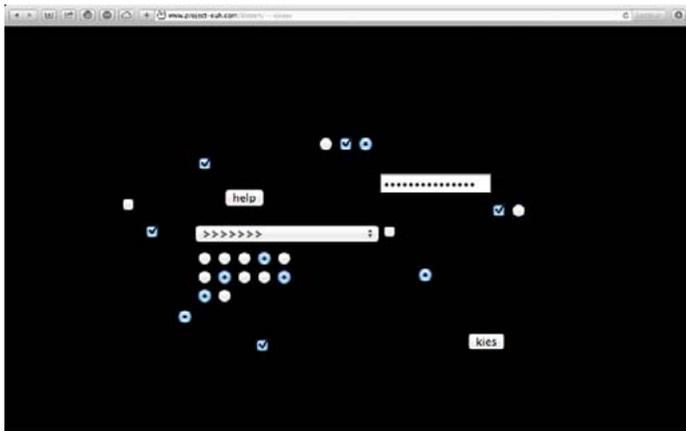
Dans le monde de l'entreprise ou dans le domaine professionnel, il faut dépasser ces préceptes populaires selon lesquels « les échecs nous mèneraient à la réussite » et où « tout ce qui ne nous tue pas nous rend plus fort »¹⁰. L'échec fait indéniablement partie de l'apprentissage ou du parcours vers la réussite, mais en aucun cas, la répétition d'échecs ne mènera à un quelconque succès. On ne peut pas croire que quelqu'un qui échoue l'examen du code de la route dix fois de suite a toutes les chances de l'obtenir un jour. On ne peut pas croire que ceux qui ratent sont bien meilleurs que ceux qui réussissent. L'objectif dans le milieu professionnel est de réussir. C'est alors qu'intervient la notion de persévérance qui est primordiale. Il ne s'agit pas de s'efforcer à foncer dans le mur, mais plutôt de chercher sans relâche les moyens qui permettront de le franchir. Les échecs sont des expériences enrichissantes. Comme nous en avons déjà parlé, inciter à l'échec est plutôt une manière de s'assurer d'une prise de risque¹¹. Toutefois, l'objectif est de réussir. Après avoir connu un

⁹ Vincent Perrotet, « Partager le regard », partager-le-regard.info

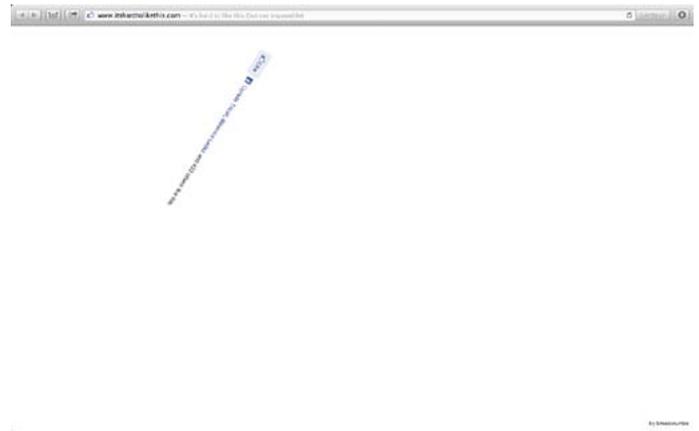
¹⁰ Nietzsche, *Crépuscule des Idoles*, 1888.

¹¹ Voir la partie intitulée « Graphiste de l'erreur », p. 95.

109



project-euh.com



itshardtolikethis.com

échec, on a la possibilité de l'analyser pour mieux l'éviter à l'avenir. L'échec en entreprise est acceptable dans des situations spécifiques. Lorsque nous expérimentons, lorsque nous testons, l'échec permet une forme de construction. Mais en aucun cas, une entreprise ne peut vivre à long terme sur une succession d'échecs.

Les échecs commerciaux, ces « flops », sont des preuves d'une mauvaise communication, de lancements ratés ou d'erreurs stratégiques ou marketing. Elles ont pu engendrer des fermetures d'entreprises ou des suppressions d'emplois. En 1986, la France lance une nouvelle pièce de 10 francs afin de faire reculer les contrefaçons. Toutefois la longévité de cette pièce fut courte, celle-ci se confondait avec la pièce de 50 centimes, de part sa couleur et sa taille. Cette mésaventure coûta la place au directeur de la Monnaie de Paris et l'estimation des pertes engendrées par la fabrication s'éleva à 220 millions de francs, soit environ 5 millions d'euros.

« Une poire, c'est confortable » annonçait le slogan de Renault en 1977 pour la R14. Vouloir vendre une berline en la comparant à un fruit n'était apparemment pas le bon argument. D'autant plus que le client avait saisi la supercherie et ne voulait pas passer pour « une bonne poire » et être considéré comme un naïf face à ce genre de communication dont le but est exclusivement commercial. Ce modèle automobile n'a pas été une réussite contrairement à sa publicité devenue un célèbre contre exemple.

Toutefois, ces échecs sont involontaires. Dans notre cas, nous pouvons plutôt nous demander si un échec voulu est voué à un même destin ? Un échec prémédité peut-il avoir une dimension rentable ?

Une communication de l'échec peut-elle valoriser un produit ?

Nous constatons parfois que l'on peut être déçu d'un produit ou d'un service parce-que sa publicité ou sa communication nous faisait davantage rêver. Certaines communications embellissent de façon excessive l'objet promu. Cela peut accentuer la déception de l'utilisateur lorsqu'il prend connaissance du produit. Est-ce là une juste communication ? À vouloir trop mettre en avant le produit, c'est l'effet inverse qui s'opère. L'objet, le produit, le service, l'événement ou le message est décrédibilisé. Il n'est pas communiqué à sa juste valeur. L'expérience vécue au travers de la communication visuelle serait mieux perçue que l'expérience même de l'objet.

Si l'on imaginait un produit dont la communication serait un échec ? Dans ce cas le consommateur serait forcément agréablement surpris au contact de l'objet. En prétendant moins, on ne peut pas décevoir l'utilisateur. De ce point de vue, l'échec serait un moyen d'accentuer la valeur du produit. C'est une façon de garantir la satisfaction du consommateur. Au stand de La 5^e couche, du festival international de la bande dessinée à Angoulême en 2011, les ouvrages exposés prenaient le contrepied de cette supercherie abusive commerciale. Sur des bandeaux promotionnels rouges, disposés sur chacun des livres, étaient clairement inscrit des noms d'auteurs célèbres (Joann Sfar, Amélie Nothomb...). Cela eut le mérite d'attirer le regard des festivaliers. Pourtant en s'approchant, les noms étaient précédés d'une minuscule mention : « Ceci n'est pas un livre de... » C'est donc avec une certaine auto-dérision que le produit est vendu. Même s'il n'est pas l'oeuvre d'un grand auteur, l'objet est commercialisé avec franchise. C'est une manière astucieuse de mettre le produit dans une situation d'échec pour pouvoir tout de même le vendre ou du moins intéresser le public.

L'échec comme recette de l'amour

L'experte en stratégies de marques, Marie-Claude Sicard, constate qu'aujourd'hui il faut frustrer, exaspérer, faire attendre, déboussoler pour plaire¹². Les magazines féminins se chargent de répéter que la recette la plus efficace pour se faire désirer est de se faire rare, énigmatique, imprévisible. Cette façon de susciter le désir ne fonctionne pas uniquement dans les relations amoureuses.

En marketing, il existe des faiblesses qui font vendre. La rareté est une condition profitable à la vente. Les biens les plus rares sont souvent les plus estimés, les plus recherchés, les plus prisés. Le marketing s'est très vite emparé de cette stratégie pour la développer en masse. Les promotions du type « 1000 exemplaires et pas un de plus » ou « attention il n'y en aura pas pour tout le monde » sont des arguments que l'on retrouve un peu partout. Les soldes ou les séries limitées sont devenues des rendez-vous de performances collectives.

La stratégie de la pénurie, de la rareté, du manque ou de la rupture s'est fortement développée. Des firmes comme Apple, Playstation ou Nintendo ont su user de ce principe pour vendre. En 2007, la stratégie

¹² Marie-Claude Sicard, *Les ressorts cachés du désirs - Trois issues à la crise des marques*, Paris, Pearson Éducation France, 2005, p. 27.



Renault,
affiche publicitaire pour la R14, 1977.



La 5^e couche (maison d'édition),
Festival international de la bande dessinée, 2011,
Angoulême, France.

commercial de Nintendo prévoit volontairement et minutieusement un stock de console Wii en magasins, inférieur à la demande. Les ruptures de stocks génèrent des retombées médiatiques énormes, les médias parlent du produit que tout le monde s'arrache et créent un effet de rareté. Le produit devient un bien rare et recherché, ses ventes augmentent. La stratégie est simple : créer le désir.

L'utilisation d'une stratégie de communication assez similaire fut employée pour le duo de musiciens Daft Punk. Repérés par les Anglais au début des années 1990, les deux parisiens Thomas Bangalter et Guy-Manuel de Homem-Christo sont aujourd'hui des icônes mondiales de la musique électronique. Ces musiciens sont déjà énigmatiques de par leur anonymat représenté par leur casque de robot qui les empêche de parler. Leurs apparitions dans les médias se font rares. Leur stratégie est le silence et l'absence. Il suscite le manque chez le public. L'attente est renforcée, le spectateur est à l'affût. Les interviews données pour la presse écrite sont tellement rares que lorsqu'enfin les éditeurs en obtiennent une ils en font la couverture ou des éditions spéciales. Paradoxalement, la stratégie de communication du silence excite internet et fait énormément parler la presse. Au mois d'avril 2013, le morceau *Get Lucky* s'affiche en tête des ventes, alors que les Daft Punk ne se sont jamais montrés. Lorsque le groupe annonce la sortie de l'album *Random Access Memories* en Australie dans le bourg agricole de Wee Waa (2000 habitants), ils déclenchent un raz-de-marée. (Toutefois la première mondiale n'aura pas lieu, l'album ayant fuité sur internet, échec.). L'album a été vendu à plus de 500 000 exemplaires en France, et à plus de 2,4 millions d'exemplaires dans le monde. Comme plus récemment encore, la chanteuse américaine Beyoncé qui a sorti un album sans l'annoncer, s'est retrouvée directement au top des ventes iTunes. C'est dans un contexte où le public est sur-sollicité et où la communication est omniprésente, que l'économie de moyen est une stratégie qui paie.

En exposant un caractère à priori négatif, il est possible de vendre. De manière plus radicale Jean-Yves Jouanais explique que paradoxalement la non-production peut attirer l'attention, « la certitude de leur absence (les œuvres non-produites) ou la simple hypothèse de leur disparition nous ont été transmises. Aussi nous manquons-ils, suscitant un besoin non pas motivé par un goût particulier pour le néant, mais par l'excitation d'une curiosité face à ce qui se dérobe »¹³. Autrement-dit, ce qui nous échappe nous fascine. Ces productions invisibles, ces pensées et ces intuitions novatrices ont échappé à la réalisation où à la diffusion et c'est bien parce qu'elles y échappent qu'elles nous fascinent.

Il serait donc effectivement possible de se projeter dans un processus graphique où l'échec est propice à la création, à des enjeux éthiques et à une forme de rentabilité. On pourrait alors parler d'un graphisme décroissant. À travers une pratique en creux, les enjeux mercantiles peuvent être valorisés, les enjeux d'un graphisme activiste sont engagés et l'usager peut découvrir une nouvelle expérience du design graphique.

Mais existerait-il par ailleurs une voie qui permettrait une mise en valeur des échecs involontaires? Que pourrions nous faire des échecs impromptus? Quel procédé serait le plus enclin à développer une forme d'empathie vis à vis de l'échec?

OU VONT LES RATÉS?

La collection comme moyen de sauvetage de l'échec

Au delà de la création, on peut aussi trouver une autre manière d'habiliter l'échec dans notre société de la réussite. Nous verrons que des tendances numériques actuelles prouvent que ce cheminement progresse peu à peu. Mais tout d'abord attardons nous sur deux cas réels.

Sur la place de Narvik à Paris, un monument de guerre glorifie l'échec. Il célèbre un retrait des troupes. Sur ce bas relief sont inscrits ces mots en capitales : « À LA MÉMOIRE DES FORCES ALLIÉES QUI EN MAI 1940 RÉUSSIRENT EN NORVÈGE DANS LA RÉGION DE NARVIK LE PREMIER DÉBARQUEMENT ET REMPORTEMENT UNE VICTOIRE QU'ELLES REÇURENT L'ORDRE DE LAISSER ÉCHAPPER. » Jean-Yves Jouanais qui cherche les enjeux d'une telle construction associe son raisonnement à celui de l'art. « En art, la victoire réside fort souvent dans ce qu'il est permis de perdre, d'oublier, d'abandonner : conventions, techniques, réflexes culturels, démagogie. »¹⁴ écrit-il. Ce monument serait donc un hommage assez paradoxal célébrant la défaite ou plutôt la mémoire d'une bataille.

13 Jean-Yves Jouanais, *Artistes sans oeuvres*, Clamecy, Gallimard, 2009, p. 147.

14 *Ibid.*, p. 145.

En septembre 1984, un écrivain américain de la contre-culture, nommé Richard Brautigan se suicide dans une caravane. Vingt ans plus tôt il écrit *Avortement* qui fut considéré comme un livre raté. Les cinquante premières pages de cet ouvrage font la description d'une bibliothèque hors norme. En effet, on peut venir déposer son propre manuscrit même si celui-ci n'a jamais été publié. À toute heure du jour et de la nuit, chacun peut venir pour y déposer un roman (achevé ou inachevé), un recueil de poésie, une autobiographie... Dans la réalité, depuis plus de dix ans, il existe aux États-Unis, dans le Vermont, une bibliothèque dont le principe reprend celui décrit dans le livre. En portant son nom, la bibliothèque Brautigan rend clairement hommage à l'écrivain. D'autant plus que dans un autre roman, *Trout Fishing in America* (Pêche à la truite en Amérique) Richard Brautigan termine son récit par le mot « mayonnaise ». On comprend alors pourquoi les serres-livres utilisés dans les rayons de cette bibliothèque sont des pots de mayonnaise. Mais la principale particularité de celle-ci est d'accueillir uniquement des manuscrits refusés à la publication. Figés au stade de manuscrit, ils symbolisent l'échec de l'écrivain face aux éditeurs. Ces livres qui n'ont jamais connu la gloire et qui n'existaient pas, sont ici reconsidérés et honorés.

L'échec décomplexé grâce au web 2.0

Grâce à internet, les œuvres non-produites et les échecs accèdent à une certaine visibilité. Les moteurs de recherches, le référencement mais surtout les réseaux sociaux ont favorisé le partage. Le lancement de ces plateformes sociales met davantage en avant les réussites de chacun, comme en témoigne par exemple la course aux *like* suscitée par facebook. La majorité des posts instagram représentent les repas du quotidien consommés par les mobinautes. Souvent accompagné d'un hashtag *#foodporn*, ils mettent en appétit leurs *followers*.

Toutefois cette tendance commence à s'inverser. Le photographe et réalisateur Chris Maggio lance le blog malechef.tumblr.com qui répertorie des photos de nourriture sans artifices, sans filtres, sans ajustement de cadrage. Le résultat, plutôt réaliste, ne donne pas vraiment envie. Il explique dans une interview donnée à *Vice magazine*, qu'il ne s'agit pas de créer le buzz autour de son blog, mais plutôt de diffuser « des photos un peu dégeu » pour palier à cette uniformisation visuelle¹⁵. De plus, on constate une tendance actuelle, qui suit la démarche du photographe et qui consiste à détourner le hashtag *#foodporn* en *#foodmorn*.

Lorsque l'échec est vécu ou constaté et par la suite volontairement diffusé, il permet l'acceptation. Faire le choix de donner à voir son expérience déçue est une manière de l'accepter soi-même. De plus, il s'agit d'entrer dans un système collectif où les échecs de chacun seraient rendus visibles et donc enclins à s'intégrer dans une société qui essayait de les occulter. Ce qui est intéressant sur ces réseaux, c'est que la publication de nos échecs engage l'auto-dérision. Il n'est pas question de se moquer des autres, puisque nous parlons de partage. Le célèbre site français qui illustre ce principe est viedemerde.com. Son objectif est de recenser nos anecdotes d'un quotidien « merdique » afin de les partager pour qui voudra bien en rire.

Enfin, un autre projet, encore en construction, consiste à mettre en ligne les petits (ou gros) défauts physiques de chacun d'entre-nous. Lancé par un magazine érotique, le projet « Corps imparfaits »¹⁶ convie les internautes à envoyer, anonymement ou non, une photo de leur corps, ou d'une partie, qu'il soit grand, petit, poilu, imberbe, maigre, gros, musclé... afin de se détacher des normes que désinent les masses médias. Cette démarche permettrait de faire décomplexer certaines personnes en montrant la diversité des corps pour s'affranchir des visions normatives et des images fantasmées. L'enjeu, expliquent-ils, n'est pas de faire une belle photo mais de « célébrer nos différences : ton corps, mon corps, ton sexe, mes seins, nos fesses : longs, mous, larges, petits, aplatis, rebondis, grands, opérés ; l'important est de s'assumer, de prendre conscience de nos diversités »¹⁷. Des blogs internationaux déjà existants s'intéressent aussi à cette problématique, comme largelabiaproject.tumblr.com ou ourbreasts.tumblr.com.

15 Interview de Chris Maggio par Helen Hollyman, « Male Chef est le pire cauchemar de l'histoire du food-porn », *Vice magazine*, 2013.

16 Projet « Corps imparfaits », *L'imparfait* magazine, 2013, lescorsimparfaits.tumblr.com/projet

17 *Ibid.*



Chris Maggio,
malechef.tumblr.com

Aujourd'hui, mon père a utilisé le sèche-cheveux familial
pour allumer le barbecue. Maintenant, dès que je me
sèche les cheveux, je sens la saucisse. VDM

[#4919585](#) | [je valide, c'est une VDM \(57827\)](#) - [tu l'as bien mérité \(4512\)](#)
102 commentaires | Le 16/05/2011 à 19:51 - inclassable - par Anonyme (femme)

LES CORPS
IMPARFAITS

PROJET
POSEZ UNE
QUESTION
PROPOSEZ
ARCHIVE



lescorpsimparfaits.tumblr.com

CONCLUSION

La quête de la réussite est devenue une norme régie par une société pragmatique et utilitariste. Cette norme peut être malheureuse, car nous pouvons constater que l'échec est une expérience quotidienne. La réussite, comme le bonheur, tient plus d'un idéal alors que l'échec est une réalité.

À notre question, n'y a-t-il pas une nécessité, un intérêt à reconsidérer, à valoriser l'échec, nous pouvons d'abord dire qu'accepter l'échec serait une nécessité dans notre rapport au réel. L'échec nous rappelle notre condition humaine et nous rapproche du monde de façon lucide. Il permet l'abandon ou la désillusion d'un objectif qui est de toute façon impossible à atteindre, car dans notre recherche permanente de la réussite, seule la déception sera au rendez-vous. Il serait donc judicieux de « désapprendre à espérer¹ » et même de faire de l'échec un allié, le connaître, l'exploiter et le valoriser.

Dans des mouvements contestataires ou avant-gardistes, certains artistes ont engagé des postures en creux. Ils ont transgressé les normes données comme modèles de réussite. Des œuvres ou des démarches qui pouvaient être considérées comme des échecs artistiques ont pu être exposées et légitimées. L'inachèvement, l'effacement, la non-production ou la copie ont permis d'appréhender autrement l'échec.

L'idée d'un design qui vise à rendre le quotidien réussi, confortable, lisible, efficace est a priori en contradiction avec cette ambition de revaloriser l'échec. Toutefois, une production qui mène à l'échec peut être une posture engagée de la part d'un graphiste. Aujourd'hui nos métiers se sont démocratisés, chacun s' imagine des compétences de designer, nous pourrions donc penser qu'échouer serait aussi à la portée de tous. Il est naïf de croire qu'atteindre l'échec est plus « jouable ». C'est déjà une mise à mal du graphiste. En tant que créateur, celui-ci doit contourner tous ses automatismes et ses habitudes. L'échec est une nouvelle façon de créer qui peut être jouissive tant elle renverse les règles et les codes. Il s'agit aussi de montrer que le graphiste a les capacités de faire du bon comme du mauvais. C'est une posture politique à l'heure où le graphisme « bienveillant » est considéré comme norme. C'est une manière de montrer que le graphiste à un pouvoir. Il souffre d'une vision normative qu'il nourrit lui-même sous l'influence des consommateurs, des commanditaires et du marketing. En choisissant de provoquer l'échec le graphiste invite le public à prendre conscience que le graphisme a un rôle primordial dans une société de l'image.

La pratique du graphisme peut être un activisme en faveur de l'échec, tout comme l'échec peut être un activisme en faveur du graphisme, une démonstration militante de son utilité, en somme, acquérir une reconnaissance par l'envers.

Si cette façon de produire peut être légitime pour le graphiste, elle a aussi un intérêt pour l'utilisateur. Tout d'abord l'enjeu serait moral, il s'agit d'éloigner le public d'un bonheur impossible, car idéalisé. Là où le consommateur considérerait la satisfaction comme norme, l'échec en design graphique inverse la tendance. Mettre l'utilisateur dans une situation de pénibilité, d'effort, permet une expérience hors-norme et singulière. Face à l'échec, sa réaction sera imprévisible, cela peut être une nouvelle source d'inspiration pour le designer, un échange a lieu.

L'idée n'est pas de vouer un culte à l'échec, mais d'intégrer l'échec avec parcimonie dans un contexte où la recherche de réussite est omniprésente. Tout extrémisme est dangereux. Toute forme d'ordre émerge là où il existe aussi un certain désordre et vice et versa. L'exemple du funambule nous montre que par des mouvements chaotiques qu'il ne cesse de faire avec son balancier, l'équilibre est garanti. Si tous ses gestes sont orchestrés, réguliers, ordonnés, ceux-là le font tomber. Il va s'en dire que le désordre lui-même est destructif, tout comme l'ordre absolu. Il faut une interaction des deux². Le juste se situe-t-il entre l'échec et la réussite ? Est-ce là un chemin vers la médiocrité ?

Intégrer l'échec, dans une certaine mesure, reste toutefois difficile dans nos sociétés où ce sont plutôt les visions utopiques qui intéressent la société. Personne ne s'intéresse aux petites choses, mais on sait que « le grand réside en sommeil dans le petit. Nous devrions donc respecter et protéger ce qui est petit³ ».

1 Définition de Jean-Paul Sartre ; citée dans André Comte-Sponville, *Dictionnaire philosophique*, Paris, Puf, 2013, p. 319.

2 Paul Watzlawick, *Comment réussir à échouer, Trouver l'ultra-solution*, Normandie, Seuil, 1998, p. 93.

3 *Ibid.*, p 98.

BIBLIOGRAPHIE

Livres

Guillaume Leblanc,

Les maladies de l'Homme normal, Mayenne, Vrin, 2007.
Canguilhem et les normes, Paris, PUF, 1998.

Judith Butler,

Trouble dans le sujet, trouble dans les normes, Paris, Puf, 2009.

Marie-Claude Sicard,

Les ressorts cachés du désirs, Paris, Pearson Éducation France, 2005.

Jean-Yves Jouannais,

L'idiotie, art, vie, politique - méthode, Paris, Beaux arts, 2003.
Artistes sans œuvres, Clamecy, Gallimard, 2009.

Paul Watzlawick,

Comment réussir à échouer, Trouver l'ultra-solution, Normandie, Seuil, 1998.

Christophe Bourseiller et Olivier Penot-Lacassagne,

Contre-cultures !, Paris, CNRS, 2013.

Rick Poynor,

Transgression graphisme et post modernisme, Paris, Pyramid, 2003.

Catherine de Smet,

Pour une critique du design graphique. Dix-huit essais, Paris, B42, 2013.

Magazines

Édition spéciale du magazine *étapes*

pour l'exposition «*The Happy Show*» de Stefan Sagmeister à la Gaîté Lyrique, Paris, 2013.

Jean-Yves Jouannais et Laurent Goumarre,

«*L'idiotie, éso­térisme fin de siècle*», Art Press magazine, Paris, n°238, 1998.

Mémoires

Kévin Torrini,

«*L'intuition et l'usage*».

www.ensci.com/uploads/media/memoire_kevin_torrini.pdf

Patrick Vignoles,

«*La perversité*», La Gaya Scienza, 2011,

www.ac-grenoble.fr/PhiloSophie/file/vignoles_perversite.pdf

Sites

www.leparisien.fr/economie/60-des-francais-manquent-d-argent-pour-etre-heureux-08-07-2008-3298614386.php

www.horizonseconomiques.com/?p=1016

www.petitvagabond.wordpress.com/philosophie/illusion-du-bonheur-selon-schopenhauer

www.philolog.fr/la-perfectibilite-rousseau

www.laurentpendarias.com/2012/01/arendt-lart-est-il-desinteresse/

www.ac-grenoble.fr/PhiloSophie/logphil/notions/art/methode/sujets/comment/arendt/temextx1.htm

www.salutpublic.be/2ou3choses/focus/mot-complice-3-l-auteur/

www.tate.org.uk/art/artworks/man-ray-cadeau-t07883/text-summary

www.universalis.fr/encyclopedie/postmodernisme/

www.meticebeta.univ-montp3.fr/litteraturepicaresque/lazarillo/page_08.htm

www.desproges.fr/extraits/index/324

www.philolog.fr/peut-on-rire-de-tout/

www.liberation.fr/culture/1995/03/14/gasiorowski-le-pire-des-meilleurs-peintres_127164

www.cnrtl.fr/lexicographie/inachevé

www.albertportail.info/spip.php?article558

www.fr.wikipedia.org/wiki/Non_finito

www.articulo.revues.org/589#tocto1n4

www.poncifs.fr/2013/05/festival-de-chaumont-decryptage-de-laffiche/

www.huffingtonpost.fr/charlotte-montpezat/art-contemporain-ready-made_b_2567359.html

www.dezeen.com/2013/09/22/the-other-way-by-carl-clerkin/

www.fabula.org/actualites/l-inachevement-et-le-non-finito-dans-la-modernite-litterature-art-et-musique-apfucc-2014_58480.php

www.virusfonts.com/news/2013/01/david-bowie-the-next-day-that-album-cover-design/

www.rslmag.fr/post/2013/10/31/Lerreur-est-humaine-une-histoire-du-Glitch.aspx

www.partager-le-regard.info

www.vice.com/fr/read/the-male-chef-is-food-porns-worst-nightmare

www.lescorpsimparfaits.tumblr.com/projet

Films

Michael Moore,

Fahrenheit 9/11, film documentaire, 2004, 123 minutes, U.S.A.

REMERCIEMENTS

Merci à ceux qui ont participé à cet échec :

France Latournerie, ma tutrice de mémoire.

Cédric Villain, mon tuteur de mémoire.

Laure Boer et Sebastian Bissinger, intervenants professionnels.

Olivier Koetlitz, Bastien Sion et l'ensemble de mes enseignants.

Benoît Dimart, mon ami et partenaire de travail.

Ma classe de D.S.AA. option design graphique 2012—2014.

Audrey Vernier et Christine Vernier, mes correctrices.

Justine Vernier

É.S.AA.T., Roubaix, Avril 2014.