Document generated on 08/06/2025 12:46 p.m.

Espace Sculpture

Quand ouï-dire, c'est faire

Ariane Daoust

Number 80, Summer 2007

URI: https://id.erudit.org/iderudit/9389ac

See table of contents

Publisher(s)

Le Centre de diffusion 3D

ISSN

0821-9222 (print)
1923-2551 (digital)

Explore this journal

Cite this review

Daoust, A. (2007). Review of [Quand ouï-dire, c'est faire]. *Espace Sculpture*, (80), 37–37.

Tous droits réservés © Le Centre de diffusion 3D, 2007

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

Quand **ouï-dire, c'est faire**

Ariane DAOUST

La rumeur court. Elle s'insinue partout et, presque par magie, se propage pernicieusement. Rampante, elle s'infiltre et transforme les espaces humains qu'elle pénètre. Dans *Rumour as media*, le commissaire Stephen Wright rassemble différents artistes qui documentent la rumeur, comme pour saisir, pendant un instant, l'insaisissable. Nous n'avons donc pas affaire à des œuvres d'art, mais plutôt à des documents témoignant de la rumeur comme phénomène. Phénomène qui porte à réflexion. Et c'est précisément dans sa portée heuristique qu'une telle exposition trouve sa motivation.

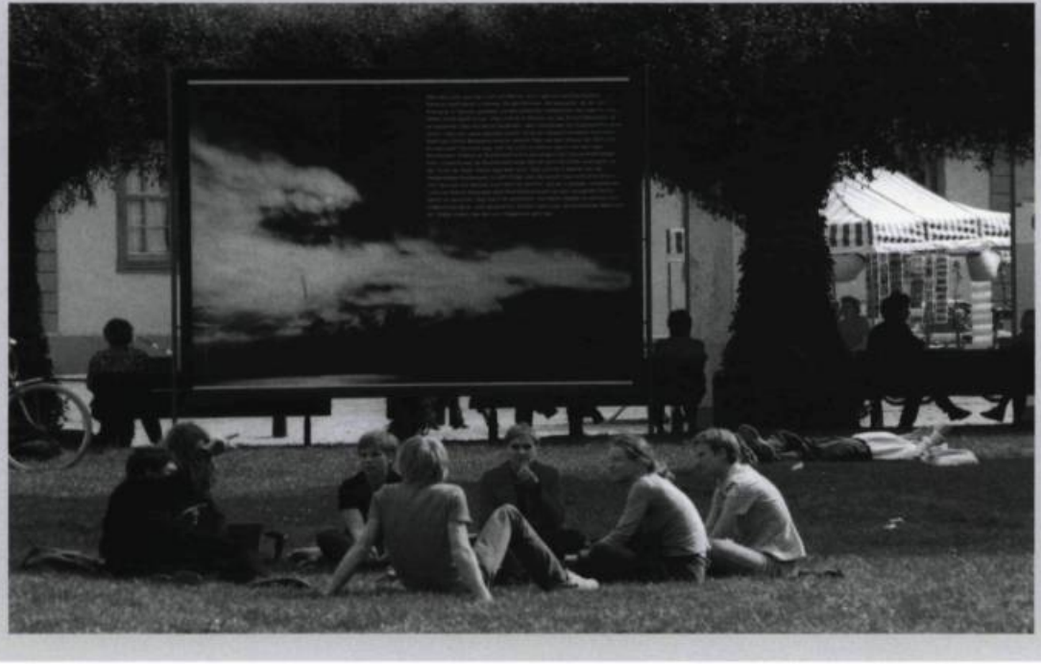
Il s'agit donc moins de savoir comment la rumeur – et les projets qui la documentent – représente (ou pourrait représenter) la réalité, que de comprendre son fonctionnement et son pouvoir, c'est-à-dire sa capacité de faire quelque chose. La rumeur ne se borne pas seulement à décrire des faits, mais elle effectue elle-même une action. Dans ces conditions, le défi ici posé par les rumeurs ne se trouve pas dans la difficulté à déterminer la véracité des énonciations qu'elles émettent, mais bien dans son caractère performatif.

Anodine ou nuisible, la rumeur, *le plus vieux média du monde*[1], pourrait être la chose la plus répandue dans toutes les sociétés du monde, comme si elle était inhérente à un corps social. Le sens premier qui lui est accordé, celui d'une pathologie sociale, lui imprime une connotation négative et apparaît du même fait comme un facteur d'instabilité du milieu dans lequel elle est produite. D'un autre côté, on peut la considérer comme l'expression du subconscient collectif d'un groupe par laquelle surgissent les désirs, les inquiétudes et les valeurs de ce même groupe. Échappant aux structures de l'organisation et de nature imprévisible et incontrôlable, elle demeure somme toute un type de communication impliquant l'affirmation d'un vivre ensemble. En tant que phénomène hautement collectif, à travers lequel celui qui l'entend et celui qui la transmet se confondent, la rumeur crée un mouvement de bascule, transformant le « je » en « nous ».

Les propositions de Petra Bauer, Jochen Gerz, Lamia Joreige, Martha Rosler, Walid Sadek et des collectifs The Speculative Archive et Ultralab, regroupées dans cette exposition, sont des démonstrations de répercussions que peuvent provoquer des rumeurs.

Comme tout le monde le sait, le monde de l'art baigne dans la rumeur. Connaissant les faits par ouï-dire, sa principale source d'information, le milieu fonctionne sur le mode du « il paraît que », « saviez-vous que », « j'ai entendu dire que ». Afin d'exacerber avec humour cette évidence, le collectif français Ultralab a produit et fait circuler dans le tout Paris artistique de vrais-faux cartons d'invitation. C'est-à-dire de vrais cartons d'artistes véritables qui invitent le public à des galeries reconnues pour l'ouverture de fausses expositions. Les foules qui se sont déplacées et l'encre qui a coulé à la suite de ces canulars ont appuyé le collectif dans la diffusion de leurs rumeurs et confirmé, du même fait, ce que nous savions déjà.

De toute évidence, la rumeur est pour Martha Rosler symptôme d'un disfonctionnement social entravant la liberté des individus. L'installation *If It's To Bad To Be True, It Could Be DINSINFORMATION* se présente telle une condamnation de la rumeur. Dans une accumulation de données, elle procède, par une stratégie de déconstruction, à un repérage de fausses informations qu'elle dégage afin de critiquer le gouvernement américain qui utiliserait les réseaux médiatiques formels comme moyens de contrôle. Mettant l'accent sur les désinformations, elle entreprend une dénonciation des campagnes de propagande qui ont comme seul but de manipuler les citoyens. Les rumeurs transmises par les médias sont ici entendues comme productrices d'inquiétude, de peur et d'angoisse, et comme objet de manipulation dont il faut se libérer. Comme si un monde sans rumeur était possible. Mais le fait de collecter les rumeurs et de les rassembler dans un endroit unique et centralisé ne donne-t-il pas à celui qui entreprend cela une vision paranoïaque du monde ?



Martha ROSLER, *If It's To Bad To Be True It Could Be DISINFORMATION*, 1985. Installation avec 10 photostats et vidéo de 17 min. Photo : avec l'aimable autorisation de l'artiste et d'Akbank Sanat, Beyoglu-Istanbul.

→

Jochen GERZ, *Artist's Dream-Goethe in Buchenwald*, 1999. Campagne de panneaux dans l'espace public, Weinar. Photo : avec l'aimable autorisation de l'artiste et d'Akbank Sanat, Beyoglu-Istanbul.