

ETC



## La vulgarisation : écran de fumée

Yvan Moreau

Number 28, November 1994, February 1995

Art et vulgarisation 2

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/35680ac>

[See table of contents](#)

### Publisher(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

### ISSN

0835-7641 (print)

1923-3205 (digital)

[Explore this journal](#)

### Cite this article

Moreau, Y. (1994). La vulgarisation : écran de fumée. *ETC*, (28), 10–13.

## LA VULGARISATION : ÉCRAN DE FUMÉE

*Sens : On peut voir regarder.  
Peut-on entendre écouter, sentir ?*

Marcel Duchamp

**Q**ualifier notre temps dans le domaine de l'art et plus spécifiquement du discours sur l'art, comme une ère de vulgarisation, me contraint à réfléchir sur cet état de chose en tant que lieu de normalisation d'un discours globalisant et d'une esthétique générale passe-partout. Cette valeur-refuge qui ne concerne que la façade des apparences génère des intensités sans lendemain et des occultations éphémères. Cette aération dérisoire semble contaminer le milieu de l'art par des stratégies plus ou moins camouflées qui ne sont qu'une forme dirigiste d'un nouvel ordre moral orienté vers un consensus social.

La vulgarisation est une soumission, maintient l'ignorance, comme dirait Marx, un état de « sous-humanité ». Cette agression idéologique et anti-intellectualiste tend vers une déshumanisation où l'image imposée par les institutions, certaines revues d'art et des médias écrits et électroniques, définit et impose des situations objectives, afin d'infléchir la conduite du public. Les expressions superficielles et les effets de surface momentanés provoquent un réductionnisme qui affecte le contenu de la représentation et de la concentration. Cette forme de banalisation dénature l'observation, où tout devient interchangeable. Le réglage du discours, de l'information, de l'éducation, des mœurs, insuffle une communication sans résistance. Comme le dit Lipovetsky, le spectaculaire de cette démarche est qu'il « liquéfie la conscience rigoriste et idéologique au profit d'une curiosité dispersée, captée par tout et rien »<sup>1</sup>. Les acquisitions sont des informations parmi d'autres événements et lectures enregistrés, accumulés sous forme d'indifférences. La consommation d'objets et de signes artificiels devient un impératif qui parachève la neutralisation et annonce le déclin de la légitimité des institutions (muséales), accompagné d'une fuite de leurs responsabilités sociales.

Les intérêts dissimulés de la vulgarisation énoncent faussement que l'œuvre d'art existe pour des principes démocratiques, tout en évacuant l'affirmation de sa validité esthétique. On oublie que l'œuvre doit avoir une justification ailleurs que dans un plaisir partagé. Cette fausse dimension éthique, qui semble caractériser la situation présente, est sous-jacente à une culture de l'égalité qui engendre des produits standardisés qui « bourrent » mais ne nourrissent pas. La persuasion de masse entretient une réception bête et passive, qui possède comme seul privi-

lège la valeur éphémère que lui accordent la société de marché ou les médias, où l'œuvre d'art n'a plus le potentiel utopique que Walter Benjamin recherchait.

**POUR L'ART A  
TENTATION CR**



# L'IMMOBILITE EST UNE

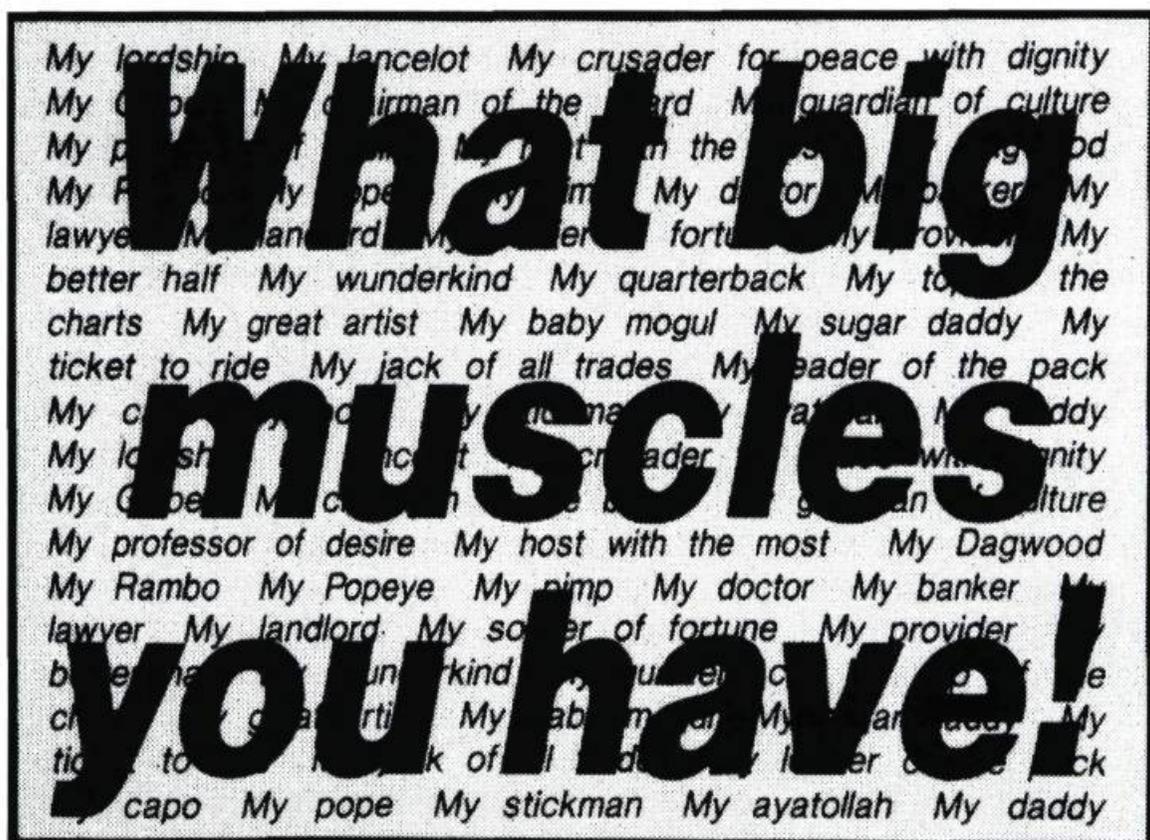
MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE MONTRÉAL

PHOTO : GALERIE SAMUEL LALLOUÉ, MONTRÉAL

Jochen Gerz, *Immobility*, 1989. Scanochrome; 260 x 300 cm.

L'emprise des institutions et des médias dénie toute rencontre avec l'œuvre d'art qui n'est pas celle d'une vérité déterminée et bornée mais bien une accumulation d'inter-

prétations. Cet idéal chargé de conditionnements idéologiques est régi par l'obligation et la règle de l'universalisable. Ce système d'obligation, qui entend dire



Barbara Kruger, 1986. Autocollant, lettre-set/panneau acrylique.

ce que nous devrions faire et penser dans tous les cas, empêche notre volonté croissante de vivre avec la pluralité et la diversité des buts privés. Le paternalisme et le colonialisme péremptoire et catégorique entravent notre recherche de nouvelles expériences et de nouveaux langages pour enrichir nos expériences. Au nom de quoi la critique d'une majorité trouvera-t-elle sa légitimation sous cette forme de discours où l'affirmation du libéralisme n'existe à peu près plus ?

Le discours de vulgarisation manipule les masses et porte en lui une influence pernicieuse en matière socioculturelle, où l'intellectualisme semble être sans effet pratique. L'œuvre d'art est livrée aux caprices du marché par des moyens caricaturaux qui n'aident pas la constitution de la valeur artistique, tout en lui attribuant une lecture au premier degré. Même si des publics distinctifs existent, le discours sur l'art n'a pas besoin de se limiter à des stéréotypes et des points de vue qui soient compris et acceptés par un public soi-disant général.

Le *statu quo* esthétique ne développe aucune capacité à regarder l'œuvre d'art et récupérer les discours philosophiques et intellectualistes en désincarnant le contexte d'investigation et de questionnement. La vulgarisation privilégie l'assimilation accélérée au détriment d'une phénoménologie critique, d'une connaissance de la causalité de la production et des déterminations artistiques. La culture fourre-

tout évince la mise en rapport de l'œuvre au social de même que sa présentation, sa constitution, sa production et son interprétation. Elle agit selon les principes du système de consommation et de compréhension, récupérateur du contexte socio-économique et sociopolitique.

L'attitude de bon aloi qui consiste à fabriquer une dimension normative entre éthique et esthétique est une façon d'obéir aux injonctions du marché. Je suis d'avis qu'il faut supprimer la distance qui existe entre le public et les œuvres mais il ne faut pas révéler l'œuvre, au détriment de la création, et favoriser le prestige des institutions qui croient rendre tout accessible et à la portée de tous. En ce sens, la vulgarisation s'avère être une recette qui « garantit » le succès tout en banalisant l'œuvre d'art, pour les besoins d'une structure économique. C'est ainsi qu'un populisme et qu'un conformisme culturel se forment, entraînant la perte d'autorité du discours intellectuel mais également celle de la capacité d'analyse et de réflexion du public.

L'idée de faire accéder les masses à la consommation des œuvres culturelles s'est trouvée dépassée par une démocratisation d'apparence trompeuse. Ce qui importe, c'est la recherche de clients éventuels, où l'intégration des individus au corpus social passe par le marketing. Selon Barthes, « la réduction de la lecture à une consommation est évidemment responsable de l'ennui que beaucoup éprou-



PHOTO : CENTRE AMERICAIN, PARIS

Jochen Gerz, *Comment vivre*. Affiche métro. (Paris, New York). 120 x 150 cm.

vent devant le texte moderne (*illisible*), le film ou tableau d'avant-garde : s'ennuyer veut dire qu'on ne peut pas produire de texte, le jouer, le défaire, le *faire partir*.<sup>2</sup> La vulgarisation, restriction appauvrissante, immobilise les facultés intellectuelles et perceptives par son niveau primaire de participation. Sous une fausse représentation, certains intervenants du monde de l'art vous diront qu'il faut bien expliquer les œuvres au public, mais ce qu'ils omettent ce sont les impératifs d'entrées et de rentabilité tout en livrant une sorte de *digest*, de résumé de l'œuvre. La propagande des œuvres compréhensibles par tous n'a pour but que de légitimer certaines institutions, publications et notabilités, en tout genre, autre qu'artistique. Les panégyristes qui vantent la culture à base de vulgarisation (culture pure, noble, universelle) ne sont que des machines à niveler et entretiennent une confusion culturelle. Les obligations et les règles de l'universalisable développent une désaffectation du savoir et une désaffectation du voir.

La vulgarisation n'implique pas nécessairement un manque de sincérité mais surtout une complaisance légitimant l'ordre politique et économique. Les fondements de cette légitimité idéologique conduisent à dévaluer la question de la valeur artistique et esthétique. L'œuvre d'art n'a pas à être regardée d'un point de vue déterminé car elle est flexible, optionnelle et séductrice. Ceux qui veulent un art accessible à tous visent une majorité plutôt qu'une

diversité de petits publics. Ils semblent oublier ce qui « dessine l'originalité du moment postmoderne, à savoir la prédominance de l'individuel sur l'universel, du psychologique sur l'idéologique, de la communication sur la politisation, de la diversité sur l'homogénéité, du permissif sur le coercitif »<sup>3</sup>.

Les principes restrictifs sont dépassés. Nous devons accroître la multiplicité des approches et des outils théoriques; favoriser des théories fragmentaires plutôt que globalisantes; fournir des codes pour que le spectateur puisse interpréter les œuvres de diverses façons. Le public n'est pas aussi naïf et passif que certains semblent le croire. L'information transmise par les modes de communication doit diversifier les choix et miner les sens uniques. Évacuons les démarches empiriques réductionnistes et les doctrines d'une vérité incontestable. L'absolu sans égard pour le hasard.

YVAN MOREAU

#### NOTES

1. Lipovetsky, Gilles, *L'ère du vide (essai sur l'individualisme contemporain)*, Éditions Gallimard, 1983, p. 45.
2. Barthes, Roland, « De l'œuvre au texte », *Revue d'esthétique*, n° 3, p. 231.
3. Lipovetsky, Gilles, *L'ère du vide*, Éditions Gallimard, 1983, p. 129.