

## Attitudes flottantes

Michaël La Chance

---

Number 81, Spring 2002

Arts d'attitude

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/46039ac>

[See table of contents](#)

---

### Publisher(s)

Les Éditions Intervention

### ISSN

0825-8708 (print)

1923-2764 (digital)

[Explore this journal](#)

---

### Cite this article

La Chance, M. (2002). Attitudes flottantes. *Inter*, (81), 24–27.

# Attitudes flottantes

La performance a longtemps gravité autour du corps, ce qu'elle fait encore, mais autour d'un corps déconstruit et déplacé : ce que l'on observe en performance mais aussi en architecture et dans les arts numériques avec l'avènement du virtuel : au thème du corps se substitue celui de l'attitude. J'entends en premier lieu l'attitude comme une façon de s'orienter physiquement et mentalement, soit des dispositions et des postures. Il s'agit de dispositions, opinions, convictions – qui conduiront au statu quo ou au contraire à la confrontation, selon une posture corporelle donnée, une pose en regard d'autrui, une façon de se camper devant tous, etc. On peut ainsi se représenter la société non plus comme une urbanité des véhicules mous – soit les corps selon les urbanistes – mais un tissu de places, un alignement de postures, un contrôle des dispositions qui, comme on le sait, sont nécessairement bonnes ou mauvaises.

Dans le langage urbain, on peut avoir de l'« attitude » : dire de quelqu'un qu'il a une attitude : il sait ce qu'il veut, il n'en met pas trop, il reste cool mais ne cède en rien. Il n'est pas obsédé par sa personne mais ne cède pas sa place. Ou bien c'est souligner son côté confrontationnel, il cherche le conflit en toute occasion, il paye d'audace pour chercher sa limite, etc. Les lunettes noires ont été, depuis des années, le fétiche de quiconque se donne une attitude.

L'espace social est posé ; ce qui nous occupe, c'est comment l'individu peut s'y orienter. Les rapports individuels sont attitudinaux : on suspend l'idée de communication et de transmission, on regarde exclusivement comment une attitude en change une autre, comment l'image induit des attitudes, comment l'individu – il est temps de le souligner – peut se définir par rapport à lui-même : dans l'auto-orientation attitudinale qui caractérise notre pensée (bien davantage que la pseudo-transparence à soi) et aussi nos réponses émotionnelles envers notre environnement. Pour retrouver la proposition mystique du monde révélé dans l'autopoïésis de soi.

Il nous faut dès maintenant modifier notre langage « réflexif », décrire autrement nos événements mentaux et corporels. Car notre langage présuppose toujours une certaine saisie de soi, alors que nous devons maintenant parler de la modulation des attitudes, dans un abandon plus ou moins consenti, à l'intérieur d'un espace socioculturel hautement codé. Il faut se méfier de notions telles que « expérience », « sujet », « message », « objet », « forme ». Certes il faut se donner le moyen de dire ce qu'on fait. Faire de l'art actif, est-ce encore produire des formes, faute de déposer des objets ? Oui, il y a des formes (on a parlé de « formations »), mais celles-ci sont instables, éphémères, passagères, nomades. L'art action produit des formes attitudinales qui ont une haute puissance de contamination, une force mimétique qui désigne les attitudes comme « memes ».

Nous donnons congé à l'objectivité d'un réel, nous mettons à pied le sujet centré, nous ne considérons plus que les variables du corps. Non pas tant des états corporels, comme on le disait, mais des variants corporels. Un kama-sutra idéologique pour ainsi dire (trente que tout le monde peut faire, quarante-deux si vous êtes vraiment souple).

Le souple ou le rigide ;

L'éveil ou l'indifférence (ici nous voulons échapper aux binaires présence/absence, vie/mort, qui sont trop absolus, la présence, par exemple, n'étant qu'un pôle dans une tension corporelle) ;

Le chaud ou le froid (n'oublions pas les accents McLuhaniens) ;

L'ouverture ou la contrainte ;

L'actif ou le passif (je pense à Martin RENAUD, ensablé dans sa fourmilière) ;

La force ou la vulnérabilité ;

L'exaltation ou l'abattement ;

La résistance ou la défaite ;

La révélation et la dissimulation (avec ses connotations érotiques : je pense à Carl BOUCHARD et Martin DUFRASNE) ;

La légèreté ou la pesanteur...

Tous ces variants corporels sont désormais pensés comme des variables attitudinales qui évoluent dans un *continuum* qui n'est pas circonscrit par le corps. Il s'agit du *continuum* de la sphère des liens vitaux : soit la Forme de vie (WITTGENSTEIN) à laquelle nous appartenons, ou encore une poïésis interhumaine mouvante et continue (HEIDEGGER).

Cette série de dichotomies se développe – en ce qui nous occupe – dans un dernier binaire : imagination et réception. Je ne voudrais pas m'étendre, mais cela me paraît très important. Il s'agit justement de caractériser l'attitude comme une certaine latitude (excusez l'allitération) que l'on se donne face aux images, à la technologie, d'autres appelleront ça la responsabilité : vous restez responsable de vos actes pendant et après avoir vu un film, pendant que vous assistez à un rave, au plus fort d'une manif... Vous ne sauriez vous désengager en alléguant une force d'entraînement mimétique de l'événement. Il y a une indéniable force d'entraînement mimétique du collectif, mais vous restez libre, par l'infléchissement faible de l'attitude, de marquer un écart, de trouver de nouveaux prolongements à vos faits et gestes, de développer des processus autonomes et de moduler à votre guise l'expérience que vous vous donnez de ce processus. Je pense ici à la grande solitude corporelle exhibée par Julie Andrée T., qui nous ramène effectivement à la responsabilité du spectateur devant une performance qui implique une contrainte physique.

Car nous l'avons dit, l'image suscite des attitudes comme elle encapsule des attitudes. Pour reprendre le propos de Harald Szeemann<sup>1</sup>, dès 1969, « les œuvres [...] sont les "formes" dans lesquelles les attitudes artistiques sont concrétisées. » N'oublions pas : il n'y a pas que les œuvres qui concrétisent des attitudes. Les images de la culture de masse sont autant de messages « attitudigènes ». La scintillance de l'écran télé ou du pc produit une fascination, plus précisément une captation. Le réel est absorbé dans l'écran, qui fonctionne comme une prothèse ontologique, l'écran exerce une emprise attitudinale, une paralysie posturale. Le réel, tel qu'on le perçoit, c'est en fait le pouvoir. Chaque lieu, chaque objet, c'est déjà une repré-

Ainsi la gratuité restera gratuite, le fric restera le fric et rien d'autre. Le sexe reste le sexe. L'aventure de soi reste une aventure de soi et ne devient pas une industrie. Il devient urgent d'agir sur ce registre car, si vous ne vous donnez pas une attitude, on se chargera de vous en prêter une, « pour votre bien-être et votre sécurité ». Vous serez soumis à une fatalité sociale si vous ne vous chargez pas d'établir une relation avec la société, avec votre entourage, avec les biens de consommation, etc. – et surtout une relation avec vous-même, sans passer par les *how-to*. Sinon vous ne manquerez pas d'être pris en charge par le secteur du « développement de relation »<sup>3</sup> de votre multinationale « la plus près de chez vous », ou encore par le bureau de « ressources » humaines de votre gouvernement. Vous ne pouvez éviter de consommer, d'habiter, d'accuser une dépendance envers des services : mais vous pouvez vous approprier l'usage que vous faites des produits de consommation, vous pouvez interposer une attitude entre vous et les objets – alors que la consommation préconisait une immédiateté de l'objet. Je pense ici aux relations de troc proposées par Tsuneko TANIUCHI.

Vous pouvez interposer une attitude entre vous et votre corps, entre vous et votre sexualité, votre mémoire, vos besoins identitaires, etc. Et c'est justement parce que la société veut nous inculquer ses attitudes que nous devons développer nos attitudes (idiosyncrasiques, atypiques, délinquantes, artistiques...) comme des résistances (FOUCAULT). Cependant, il ne sert à rien de multiplier les résistances en périphérie d'un pouvoir dont on ne saisit pas le centre. Car ce pouvoir continue alors à définir notre être, et notre droit d'exister (ce que revendiquait Jean GENET), à partir de notre comportement. Il faut développer nos attitudes au cœur même du système de normalisation et de contrôle matériel, de son réseau de commandements. C'est pourquoi je suis particulièrement intéressé par les productions actuelles qui mettent en scène le monde corporatif (ça peut être les consultations du docteur COURBE), lorsqu'on veut remettre en jeu la relation humaine dans des situations sociales qui semblaient hyperbloquées.

À l'époque des économies de service, l'art est devenu un service, il se trouve bientôt entraîné dans l'évolution ultime de l'économie : vous vendre votre propre vie. Vous vendre votre eau, votre air, votre temps, votre jouissance, votre identité, votre intégration sociale... y compris vos excréments. Scénario schrébérien du possédé divin. Il faut acheter tout ça, comme les ados ont besoin des *runnings* Nike à l'école pour ne pas être *reject*. Ils ont besoin de consommer pour se singulariser. Il y a le style de vie « reject », qui n'est pas une vie. Il y a le style de vie « in » qui passe pour un besoin vital.

Après la guerre, on a cru rejoindre un style de vie avec des objets. On a cru se définir en fonction de ce que l'on sait. Puis il nous a semblé que les objets et les informations devenaient accessibles à tous. On s'est efforcé de réduire la part de l'objet, on a entrepris de vendre quelque chose que les plus pessimistes d'entre nous n'auraient pas pu imaginer – ils ont entrepris de nous vendre ce qu'on pense de la compagnie, de nous rendre locataires de nos choix culturels. Voilà, Coca Cola se moque pas mal que vous pensiez que c'est un bonbon liquide imbuvable, ils vont vous vendre le droit de le penser, et si vous payez plus cher, vous pourrez le dire aussi ! Les grandes firmes engagent cyniquement les idéologues les mieux intentionnés, comme Thompson qui achète le designer Philip STARK pour vendre

ensuite au grand public les idées que STARK aura eu la perspicacité de voir monter dans le grand public.

Je me souviens comment, dans mes premiers cours de philo, on disait que se demander qu'est-ce que c'est la philo, c'est déjà de la philo. Eh bien, comment imaginer qu'un jour l'adhésion ou le rejet des grandes marques deviendra le produit ! Cela semble fou, comme si on découvrait que les États-Unis s'enrichissent par le simple fait que des gens dans le monde pensent que c'est le Grand Satan. Que demander sinon de rétablir la gratuité de la gratuité, de rendre l'air de nouveau respirable, l'eau de nouveau buvable, le sol de nouveau tangible, le temps de nouveau fuyant, etc. ? Que le temps perdu soit vraiment perdu pour tout le monde, et non pas un gain pour ceux qui nous le font perdre à regarder des inepties.

Promouvoir la gratuité comportementale, c'est s'agiter un peu plus dans son carré de sable, c'est porter le débat au-delà de la culture dans un registre politique où tout est affaire de comportement, où la singularité se négocie à travers chaque lien relationnel qui – par défaut – nous lie aux marques, aux institutions... et à l'empiètement de la promotion commerciale dans toutes les activités humaines.

Il est un phénomène dont je veux parler, pour finir. Il est de plus en plus fréquent que les artistes s'affichent dans des lieux publics. Les performeurs investissent l'espace urbain, vont chercher leur public dans la scène ouverte de la ville et négocient leur identité individuelle en fonction de l'espace public qui les entoure. Mais ces formes d'art comportementales et publiques ne se cantonnent pas dans la rue : on trouve de l'art d'attitude dans les tours à bureaux. Le performeur est en complet-cravate. On le voit en performance, en danse, en photographie... On voit danser, crier, flotter des individus dont le vêtement signale une appartenance à la culture corporative. L'anonymat du costume contraste ici avec le caractère privé et subjectif des interactions que nous croyons surprendre. Quel regard pouvons-nous porter sur les effusions sentimentales de quelques individus en complet-cravate ? Le milieu corporatif impose une uniformité vestimentaire, psychologique, etc. Il a la force d'être composé d'individus anonymes : seul l'événement aurait un visage, les acteurs de l'événement seront toujours des figurants anonymes. L'intervention artistique veut leur redonner un visage singulier.

Cet anonymat exprimerait un idéal – un monde idéal qui ne serait pas limité par une psychodynamique fermée des rapports humains : les personnages des tours à bureaux semblent étrangement sereins, ce ne sont que des personnages anonymes qui jouent l'histoire. L'histoire est aiguillée par quelques attitudes, sans plus. Leur existence se laisse engouffrer dans ces épisodes d'attente, d'espoir ou de deuil – ils ne connaissent pourtant aucune déchéance, ils « sont » l'événement au moment où celui-ci se joue ! Notre méfiance envers la classe dirigeante se dissipe quelque peu : les « bourgeois » ne manipulent pas nos besoins, ils ne fabriquent pas une image, ils sont eux-mêmes tout absorbés dans un événement qui n'est toujours pas élucidé. Habituellement, la classe dirigeante ne révèle pas ce qu'elle fait, elle camoufle ses menées : ici elle apparaît transparente et désarmée. Que peut-on leur reprocher, ils n'ont pourtant rien « fait » – tout chez eux est une question d'attitude. Et il faut un régime de terreur pour condamner les attitudes. La Terreur, en effet, est une époque historique où l'on condamne à mort quelqu'un pour une simple attitude, il suffit d'en avoir le soupçon.

sentation qui s'est élaborée dans la trame du pouvoir. Mieux que cela, c'est le moyen par lequel le pouvoir se prolonge et s'infiltré dans la sphère des échanges humains, s'infiltré dans notre intimité sécrétionnelle. Ceux qui continuent à penser en termes de corps et d'esprit ne peuvent voir cette violence. Ils ne voient pas que le téléspectateur est impliqué dans un tandem homme-machine, ce qu'ils auraient déjà pu apercevoir en raison de la prolifération des relais électroniques dont nous sommes dépendants.

L'emprise télévisuelle est un paradigme du pouvoir : le pouvoir n'est plus espace de surveillance (FOUCAULT) mais système de place, lutte de positionnement, champ attitudinal qui se négocie en premier lieu dans un monde de plus en plus saturé par l'électronique. Nous sommes des *cyborgs mentaux*, à la fois substrats et relais dans une réplification des attitudes.

Le rapport à l'art a longtemps été contrôlé par un pilori attitudinal : le musée (son architecture, son mobilier, son « atmosphère »...) détermine notre attitude devant l'œuvre, lorsqu'il met en scène le spectateur autant que l'œuvre. Mais en fait le musée est déjà un bloc dans un jeu de blocs plus vaste, que l'on appelle le système des relations de pouvoir d'une société. Enfermer l'art dans une attitude esthétisante fait bien le jeu de ce système de pouvoir. Débloquent l'art a un impact plus grand, qui va au-delà de la sphère artistique, qui défait un système de cadrage culturel.

On avait l'habitude de placer le corps au centre, et de lui donner pour périphérie des sensations, des perceptions, des idées... On voyait les équipements urbains comme des extensions du corps. Puis on a découvert qu'il fallait regrouper ces sensations et perceptions, et finalement les idées aussi, sous une acception d'« états » (RESTANY parle plutôt d'« énergies ») qui engagent le tout de la personne. Pour illustrer ce point, on pourrait dire : on n'a plus des sensations mais des modifications du corps lui-même, on n'a plus des idées mais des parcours sur un espace neuroculturel, on n'a plus de vie mais une « course de vie » (*curriculum vitae*) sur un tissu social aux mailles très denses, etc. Je pense au « chemin de chaussures » tracé dans la ville par Martin RENAUD.

À la notion d'état (d'âme, du corps...) se substitue celle de variant. À la notion d'objet se substitue celle d'attitude : ce qu'on voit aussi dans l'économie où « l'attitude supplante l'objet<sup>2</sup> ».

L'artiste intervient alors comme manipulateur de variants, il agit en contexte, il se met en situation, il propose les variations de son corps. Il se prête à des collaborations créatives. Je ne suis pas sûr dans quel sens « l'art s'assimile de plus en plus à l'artiste », comme le dit Richard Martel, il a raison lorsqu'il s'agit de parler de la dépendance de l'art envers les grandes institutions. À mesure que l'esthétique se dématérialise, les relais électroniques de l'image et du son sont sollicités, on voit apparaître des sensibilités connectives qui partagent les « instants exceptionnels ». La nouvelle esthétique des réseaux propose des convergences inédites dans l'« organisation du temps vécu ». L'activité artistique était unilatérale tant qu'elle s'épuisait dans l'objet, tant que l'œuvre reste un système clos sur lui-

même. Inversement, l'activité comportementale qui vise la subjectivation nous invite collectivement à composer de nouvelles attitudes et des leviers culturels inédits. J'ai trouvé une allégorie magnifique de ce travail connectif dans l'enchevêtrement gestuel que nous proposent les Fermières obsédées.

Là il y a une distinction à faire entre réseau et sphère. Le réticulé électronique qui couvre la planète élargit tous les jours l'emprise d'une matrice technico-économique. Ce réticulé (le réseau, la toile, le filet...) contribue par ailleurs à la mise à disposition planétaire de nouvelles formes culturelles. Etc. Il ne peut prétendre recréer la sphère des échanges humains, la sphère utopique où nous serons bientôt tous réunis. C'est pourquoi il faut distinguer l'interactivité qui relève du réseau transhumain de l'échange qui relève de la sphère interhumaine.

Les artistes ont besoin de recréer une sphère des échanges pour en faire la base de leur action. Leur activité de déconstruction des formes sociales, leur capacité de pulvériser les objets et les usages, met à nu le dernier fondement de valeurs (au nombre desquelles, avec BAUDELAIRE, je mets la poésie) et de relations humaines. D'emblée l'art n'est qu'une attitude, mais il est étonnant de voir – dans un système si bien ancré dans la positivité du réel – comment une simple attitude peut être subversive. Il y a quelques décennies l'antipsychiatrie avait remarqué comment le fou, par sa simple attitude hors norme, pouvait menacer notre équilibre ; il lui suffit d'être ce qu'il est pour proposer un autre monde, et parfois au pluriel, d'autres mondes. L'art d'attitude rappelle que tout l'art est attitude permanente, faible mais néanmoins active.

Donc, la culture de masse est productrice d'attitude, elle a fait de l'attitude un produit, mais pour éradiquer le caractère incontrôlé de l'attitude, elle s'empresse d'en faire une habitude. La société vous séduit en vous prêtant une attitude, elle vous vend les moyens d'avoir une attitude, mais bientôt vous vous retrouvez avec une habitude (nul besoin de souligner la métaphore toxicologique de la culture comme intoxication, renouvelée chez William Burroughs).

Autre aspect qui mérite attention : la production lucrative de style de vie, les moyens de monnayer l'attitude (le *cool Nike*, le *in Cola*, le *hot Tommy*, le *hyper Diesel*, etc.), etc. Tout cela entre dans une économie symbolique qui soutient les transferts entre sexe – argent – pouvoir – visibilité.

Cette production d'attitude préconise les attitudes transférables selon les registres des denrées capitalisables, avant d'être fixées comme habitudes.

La riposte, c'est de chercher l'attitude non transférable. Par exemple, pour relever quelques cas de figure :

Le sexe qui ne s'achète pas ;

Le pouvoir qui ne donne pas d'argent, ni de sexe, ni de visibilité (CLASTRES, *La société contre l'État*) ;

La visibilité qui ne se monnaie pas, qui ne suscite pas de valorisation, etc.

Je dois mentionner encore ici la formule qui conclut la performance de Julie Andrée T., « l'art n'est pas négociable. »

Voilà tout ce qui reste, non pas un centre du pouvoir, une hiérarchie autoritaire – il ne reste plus que des attitudes flottantes, sur lesquelles nous n'avons plus aucune emprise. Un instant nous sommes des internautes alternatifs, des navigateurs de chaos, des surfeurs de ruines.

Un instant nous apercevons autre chose, nous voyons l'effet d'entraînement auquel nul n'échappe dans un groupe, que le groupe exerce immanquablement sur chacun de nous. Tout écart est perçu comme une attitude. Le cauchemar psychodynamique est une réalité pour tous, la symbiose régressive de l'élite est totale. C'est elle qui, dorénavant, prend en charge le destin de la planète, ils possèdent définitivement la sphère humaine. Nul ne saurait s'isoler, nous n'avons d'autre choix que de jouer de notre image, d'ajuster notre attitude et de nous nourrir de la frénésie des milieux, que ce soit la frénésie de l'art ou la frénésie commerciale.

1 *Quand les attitudes deviennent forme. Œuvres – concepts – processus – situations – informations*, Kunsthalle de Berne, 22 mars-27 avril 1969. Catalogue.

2 Naomi KLEIN, *No Logo. La tyrannie des marques*, Leméac/Actes Sud, 2000, p. 239.

3 KLEIN, *op. cit.*, p. 189.