

NOTRE CONDITION

Revue Participative
pour l'Emancipation du Travail
Scientifique et Culturel

L'art nous empêche de construire un monde meilleur

Entre injustices sociales et désastres environnementaux, notre monde sombre lentement vers les profondeurs de l'anthropocène^[1]. Depuis le premier rapport du club de Rome "les limites à la croissance" publié en 1972, scientifiques, économistes et activistes ne cessent d'avertir la population occidentale de l'imminence du danger. Mais malgré l'angoisse croissante générée par ces alertes^[2], c'est le déni qui prédomine. Le paradoxe est criant entre d'une part la conscience de plus en plus aiguë que notre société n'est pas ce qu'elle devrait être, et d'autre part notre manque de volonté d'amorcer sa transformation.

L'art comme moteur de la transformation sociale

Selon un lieu commun, l'art serait moteur de changement. À travers films, images, histoires, musiques et autres artefacts culturels, l'art aurait le pouvoir de créer des récits qui transporterait nos aspirations individuelles et collectives. Pourtant, en dépit d'une production foisonnante, en dépit de nombreuses propositions politiques et prétendument radicales, la paralysie de notre société persiste.

C'est que l'art, en réalité, n'est pas moteur de changement. C'est au contraire l'un des multiples ressorts de notre immobilité.

Lorsqu'il écrivait "le médium est le message", le théoricien des médias Marshall McLuhan signifiait que le contexte qui produit un message pourrait être plus riche de

sens que le message même. Dans le cas de l'art, le véritable message, celui qui a la plus profonde influence sur nos imaginaires, ça n'est pas *les œuvres*, c'est l'appareil de production lui-même. Ce sont les institutions, leurs prix et leurs compétitions, leur mode de financement et leurs discours. Ce sont les artistes et le concept même d'art, la mystique et le prestige qui les entourent. Ce sont les valeurs artistiques, qui s'articulent de la manière suivante^[3] :

- *L'art serait l'une des expressions privilégiées du génie humain, et l'artiste un génie.* Cela signifie d'une part que ce serait un être hors normes, doué d'un talent inné qui lui insufflerait sa vocation. D'autre part, et d'après le sens assigné au mot "génie" dans la mythologie antique, l'artiste serait un guide, "une divinité influant sur la destinée d'une collectivité"^[4].
- *L'art serait un geste de création.* Ce serait à la fois l'innovation pure et l'expression d'une subjectivité singulière. À travers son œuvre, passée à la postérité, l'artiste-auteur pourrait prétendre à une forme d'immortalité.
- *L'art serait subversif, se dressant contre le système et ses normes.* Il échapperait à la logique bourgeoise et utilitariste du capitalisme. L'artiste serait un pionnier révolté par la société. Ce serait un fou, un anticonformiste, un révolutionnaire investissant les marges aux côtés de minorités et exclus en tout genre.

Ces mythes, hérités de l'époque romantique, constituent le regard dominant de la société contemporaine sur l'art et les artistes. Ils sont, aujourd'hui encore, ce qui motive de plus en plus d'étudiants à s'engager dans des carrières artistiques^[5]. Artiste repentini moi-même, j'ai pu ressentir leur profonde influence et l'observer dans mon entourage professionnel. Mais en m'engageant dans le militantisme, il m'est peu à peu devenu impossible de ne pas ressentir aussi les profondes dissonances entre ce que la société professe du rôle de l'art et les résultantes de sa pratique.

Les mythes de l'art à l'épreuve de la réalité

En réalité, c'est d'abord la taille du réseau social d'un artiste et non son talent qui fait sa réputation.

Ce que beaucoup d'artistes savent de vécu personnel, à savoir que le talent n'est pas le déterminant principal du succès d'une carrière artistique, a été démontré par des recherches en sciences sociales. Il semblerait que ce soit le positionnement d'un artiste au sein d'un réseau social comprenant des personnes importantes qui déterminerait

son succès à travers le favoritisme, le pistonnage et l'accès à plus d'information et d'opportunités^[6].

En réalité, c'est la réputation de l'auteur et non la qualité d'une œuvre qui détermine sa valeur.

L'œuvre (objet ou performance) est la seule chose qu'une tierce personne puisse éprouver et devrait donc en toute logique être le seul étalon de sa propre valeur. Autrement dit, une œuvre devrait parler d'elle-même, et le cas échéant refléter le génie de la personne qui l'a produite.

Dans le monde de l'art, c'est l'inverse qui se produit. C'est le créateur, l'artiste, sa biographie, son identité et son prestige qui sont les déterminants principaux de la valeur d'une œuvre^[7].

En 2011, il fut par exemple révélé que la galerie new-yorkaise Knoedler vendait des tableaux précieux attribués à des peintres célèbres (Rothko, Pollock...), alors que ceux-ci étaient en réalité des "faux", peints par un immigrant chinois du nom de Pei-Shen Qian. Lors du procès qui s'ensuivit, ces peintures jusqu'alors gardées sous vitres blindées furent manipulées sans soin, comme de vulgaires pièces de carton^[8]. Si la découverte de leur véritable auteur comme étant un anonyme n'avait en rien changé leur qualité, elle avait en revanche détruit toute valeur financière et symbolique que ces œuvres possédaient.

En réalité, le monde de la culture use et abuse de stratégies de marketing.

Le marché des arts visuels a été qualifié de marché le plus manipulé au monde^[9]. Bien que soumis à la loi économique de l'offre et de la demande, la valeur des produits culturels est en grande partie arbitraire, et dépend directement de la réputation de leur auteur.

Des stratégies marketing sont donc déployées par les labels, galeries, ou même par les artistes eux-mêmes, afin de prendre soin de cette réputation. Un artiste, tout comme une marque, doit avoir un positionnement sur le marché : il doit se créer une identité, se construire une histoire, et revendiquer des thèmes de prédilection. Ces derniers peuvent d'ailleurs fluctuer de manière opportuniste en fonction d'évènements géopolitiques : crise des réfugiés syriens, guerre en Ukraine, etc.

En réalité, les billets d'entrée, livres, et autres objets que les artistes produisent en abondance peinent à se vendre.

Le marché des produits culturels est totalement saturé. Il y a par exemple aujourd'hui plus de 80 millions de morceaux sur Spotify^[10], équivalent à plus de 450 années de contenu audio mis bout à bout. Chaque année, des millions de morceaux supplémentaires sont publiés sur la plateforme, qui est bien loin de proposer l'intégralité du contenu audio disponible dans le monde (il y a aussi Apple Music, Bandcamp, ou encore des disques et des cassettes, etc.).

Produire de l'art n'est pas difficile et de plus en plus de gens le font. Pire encore, la production artistique subit un phénomène croissant, et en pleine accélération, d'automatisation grâce aux technologies du numérique. Ce phénomène peut être observé dans l'essor des logiciels d'assistance à la production artistique (par exemple les produits d'Adobe ou d'Ableton). De manière plus dramatique, il peut être observé dans l'utilisation croissante de l'intelligence artificielle, qui permet de déléguer des choix créatifs à la machine, ou même de lui faire générer des œuvres entières à la chaîne sans aucune assistance humaine. Au cours de l'année 2022 on a par exemple vu se multiplier des images générées par diverses intelligences artificielles, *Dall-E* de l'entreprise OpenAI ou encore *Imagen* de Google. Certaines de ces images ont même gagné des prix d'art contre des artistes humains^[11].

En réalité, les arts visuels sont un placement financier qui ne profite qu'aux ultra-riches.

Le montant total des ventes d'arts visuels pour la seule année 2021 est estimé à 65,1 milliards de dollars^[12]. Une part importante de ces œuvres est achetée par de riches collectionneurs privés, dont on estime la totalité des actifs en "objets de collection" à 1448 milliards de dollars^[13]. Les artistes contemporains qui vendent leurs œuvres sur le marché de l'art sont donc en réalité producteurs d'actifs financiers pour les ultra-riches qui cherchent à diversifier leurs portefeuilles d'investissement.

Beaucoup des œuvres vendues ne sont jamais montrées au public ni même à l'acheteur. Elles sont directement expédiées par les galeries vers des espaces de stockage hyper-sécurisés qu'on appelle "ports francs", et qui garantissent à leurs clients une parfaite opacité vis-à-vis des pouvoirs publics, facilitant ainsi l'évasion fiscale. Un audit de l'État suisse en 2012 avait par exemple révélé que le port franc de Genève, à lui seul, renfermait 1,2 million d'œuvres d'art^[14].

En réalité, le monde de la culture est soumis à l'économie capitaliste et à la marchandisation des produits culturels.

La vente d'œuvres ou de billets de spectacle est l'un des modèles économiques principaux des artistes aujourd'hui^[15]. Sans parler des industries culturelles qui en profitent grassement, la subsistance des artistes est liée à l'existence du libre marché et de l'économie capitaliste. Lorsque ces intérêts économiques entrent en conflit avec le bien commun, c'est souvent ce dernier qui est mis en échec.

Depuis l'arrivée du numérique par exemple, la commercialisation de vidéos, images et musiques présente un dilemme. Puisqu'en effet ces œuvres ne sont rien d'autre que de simples fichiers et peuvent être copiées indéfiniment et gratuitement, elles n'ont aucune valeur pécuniaire (pas plus que l'oxygène présent en abondance dans l'air). Le monde de l'art aurait pu applaudir la perspective révolutionnaire de voir des millions d'œuvres circuler librement et en dehors de toute relation marchande^[16]. A minima, il aurait pu se battre pour réduire la portée des droits d'auteur, et permettre au public, par exemple, de profiter gratuitement des œuvres d'artistes décédés^[17].

Au lieu de cela, l'industrie et les institutions, soutenues par de nombreux artistes, ont cherché à protéger leurs intérêts économiques en attaquant les libertés numériques. Cette mobilisation a donné des outils légaux comme Hadopi et des outils techniques comme les DRM qui permettent d'encrypter des fichiers multimédias tout en criminalisant leur décryptage par des tiers.

En réalité, le concept d'auteur est un mythe porté par les industries culturelles pour s'assurer le monopole sur la vente des œuvres.

Le droit d'auteur s'est développé aux 18^e et 19^e siècles, en plein essor du capitalisme dans les pays occidentaux. Il eut à l'origine la fonction de défendre non pas les auteurs, mais de riches éditeurs de livres contre l'impression de copies moins chères. La création du droit d'auteur fut alors justifiée idéologiquement par une autre notion qui apparaissait au même moment : celle de l'artiste comme *créateur solitaire d'une œuvre originale et subjective*^[18].

Il est difficile de le concevoir aujourd'hui, mais à l'ère médiévale, avant l'essor du capitalisme et de la propriété privée, la plupart des récits circulaient de manière anonyme. Ils étaient copiés, modifiés et à nouveau remis en circulation. Leur

transmission se faisait en grande partie à l'oral, et dans ce contexte les notions "d'auteur", "d'originalité", de "plagiat" ne faisaient pas sens^[19].

La création artistique (comme toute activité créative humaine) est un travail combinatoire, bien plus qu'elle n'est un travail de création pure. Elle s'inspire des œuvres de ceux qui nous précèdent, et s'appuie sur un édifice culturel, des mots, des techniques, des formes d'expression que des millions de personnes ont participé à construire^[20], des communs qui n'appartiennent à personne, et dont nous devrions refuser la privatisation.

En réalité, l'art c'est une idéologie.

On pourrait tempérer ces brèves sur la réalité du monde de l'art et de la culture par des exemples d'artistes qui tentent de faire les choses différemment. Cependant, la question n'est pas ici de considérer les pratiques artistiques dans leur diversité, mais au contraire de questionner ce qui, dans la pensée occidentale, les relie. Comment en sommes-nous, en effet, arrivés à ranger dans une même catégorie, à désigner par un même mot, des choses en apparence aussi différentes que : l'action de *bouger son corps en rythme*, l'action d'*étaler des pigments sur une surface*, l'action de *souffler dans une flûte*...?

Un autre des mythes constitutifs de l'art est justement qu'il serait une composante universelle de l'humain, qui lierait toutes les pratiques créatives, de toutes les civilisations et de toutes les époques. L'art serait une pulsion commune, partagée aussi bien par les hommes des cavernes que par les avant-gardes du 20^e siècle, poussant les uns à peindre sur les parois de grottes, les autres à exposer un urinoir dans un musée^[21].

En réalité, nul besoin d'aller chercher très loin pour remettre en question la prétendue universalité de l'art. Par exemple, certaines pratiques créatives contemporaines comme la cuisine ne sont pas considérées comme de l'art. Pourquoi ? À l'inverse, certaines pratiques autochtones (danse, musique, création d'objets notamment) considérées par l'Occident comme de l'art ne le sont pas par les peuples qui les pratiquent, notamment lorsque ces derniers n'ont pas d'équivalent au concept d'*art*. Pourquoi alors utilisons-nous ce terme dans ce contexte si ces peuples ne le possèdent pas ? Serions-nous mieux à même qu'eux de définir ce qu'ils font lorsqu'ils dansent ou jouent de la musique ?

En réalité, il faut bien dissocier le concept d'*art* d'un côté, de l'ensemble des pratiques sonores, textuelles, picturales ou corporelles de l'autre. Ces dernières sont effectivement un fait universel et sont exercées dans toutes les cultures. L'art en revanche est un fait exclusif de la société occidentale post-romantique.

Ce qu'on nomme dans ce texte "art" ne désigne pas les pratiques elles-mêmes, mais bien le regard de notre société sur l'ensemble de ces pratiques et sur leurs praticiens. Le terme "art" désigne donc une manière d'interpréter le monde, qui est aux pratiques créatives ce que "libéralisme" ou "socialisme" sont à l'économie. Il désigne une idéologie qui pourrait être combattue par une autre idéologie *post-art*, plus apte à créer une société désirable^[22].

L'art comme instrument de légitimation des classes sociales

Pour comprendre les fonctions de l'art comme idéologie, il est utile de re-contextualiser l'apparition aux XVIII^e et XIX^e siècles des concepts d'*art* et d'*artiste* tels qu'on les connaît aujourd'hui.

Une vague de révolutions avait fini par instaurer le principe d'égalité comme l'un des fondements des sociétés européennes^[23]. Ces révolutions avaient en revanche échoué à renverser l'ordre social, et les aristocrates demeuraient, aux côtés des bourgeois, en possession d'immenses privilèges : argent, prestige et pouvoir. Face à la contestation, il s'agissait donc pour cette classe dominante d'inventer des récits qui justifiaient le maintien de sa position de domination.

C'est ainsi que le mythe de *l'art comme expression du génie* est apparu. Il assène que la grâce ne discrimine pas, et que le don d'un talent artistique peut se manifester chez les pauvres comme chez les riches. Il assène ensuite que ce talent, lorsqu'il est présent chez une personne, justifie un plus grand prestige social. Voici donc un récit qui, à l'époque, était bien pratique car il résolvait la contradiction entre l'aspiration d'un monde post-révolutionnaire à plus d'égalité et les inégalités que ce monde vivait encore au quotidien. C'est l'essor d'une idée devenue centrale dans la société occidentale contemporaine, à savoir que *nous vivons en méritocratie*, soit dans un système où *la position sociale d'un individu est la conséquence directe de son talent*.

Cette idée était particulièrement fallacieuse au XIX^e siècle, dans un monde qui ignorait largement le concept d'égalité des chances à la naissance. Pourtant, elle se développa pour servir aux privilégiés d'explication a posteriori de leurs privilèges. La peinture, la sculpture et l'écriture, qui relevaient auparavant du domaine du savoir-faire technique, devinrent l'expression du génie et activités méritocratiques par excellence. Bien sûr les génies étaient ceux qui avaient le loisir de s'adonner à ces activités sans besoin d'y gagner leur vie, c'est-à-dire aristocrates et bourgeois^[24].

Aujourd'hui encore, l'art a pour fonction principale la légitimation des classes et des inégalités sociales. Il agit comme un mécanisme de contrôle invisible car il hiérarchise les gens selon leurs goûts, leur capacité à apprécier telle ou telle œuvre, tout en affirmant que cette hiérarchie est fondée sur des différences de qualité objectives. Il permet ainsi de séparer les *gens simples* des *élites*, convainquant les uns et les autres que leur position est juste et méritée. Pourtant, il est évident que l'appréciation et la production d'art requièrent l'accumulation d'un grand nombre de connaissances et de codes qui relèvent de l'arbitraire. Il se trouve que ces codes sont disponibles en abondance dans les familles des classes supérieures et rares dans les familles des classes populaires. L'appréciation de l'art est donc en réalité presque exclusivement transmise par l'éducation, et l'art assure ainsi une forme d'étanchéité entre les classes sociales^[25].

Cette fonction de l'art comme *étanchéificateur* est manifeste dans la manière dont les lieux de la haute culture sont conçus et dans la manière dont les produits artistiques y sont présentés. Le musée, l'opéra, l'auditorium,... sont tous pensés pour intimider les classes populaires. Tout d'abord par une architecture qui signifie au visiteur sa petitesse face à ces œuvres qui souvent le mystifient. Ensuite, par la distance qui est imposée avec les artefacts culturels ou performeurs. Ces derniers, objets de révérence, sont mis en scène, élevés, et le public n'a pas le droit de les approcher^[26]. Puis par l'omniprésence de "dispositifs d'énigmatisme"^[27], la réticence des artistes ou musées à être didactiques ou explicites. En empêchant ainsi les œuvres d'être claires ou de parler par elles-mêmes, on exclut celles et ceux qui n'ont pas les connaissances pour les déchiffrer. Enfin par la codification des interactions à l'intérieur du musée ou de la salle de concert, qui peuvent rendre malaisante une visite pour quiconque ignore à quel moment applaudir ou garder le silence, ce qu'on peut toucher et ce qu'on ne peut

pas. Sans surprise, la fréquentation des musées ou des opéras est le fait quasiment exclusif des classes supérieures.

La production d'art est tout aussi exclusive que sa consommation. Le capital social est le facteur déterminant de la réussite d'une carrière artistique. Les classes aisées sont ainsi favorisées, car davantage connectées, et avec des personnes ayant des positions plus élevées dans la société. Ensuite, devenir artiste nécessite la capacité à différer l'obtention d'un salaire (parfois indéfiniment), ce qui implique d'avoir à sa disposition un capital financier personnel ou familial. Dans certains cas, les artistes paient même pour avoir le privilège d'exercer leur art, dans une curieuse inversion de la logique du travail : location de salles, auto-financement de résidences, achat de matériel pour la production... Sans surprise, la composition socio-économique des écoles d'art présente donc une forte sous-représentation des classes populaires qui ne possèdent ni le capital social, ni le capital financier nécessaires pour entreprendre cette profession^[28].

L'artiste comme *template* pour le travailleur néo-libéral

Les XIX^e et XX^e siècles ont été le terrain d'une grande bataille idéologique entre collectivisme et individualisme. La chute des régimes communistes, ainsi que la montée du néo-libéralisme partout dans le monde, ont acté la fin de cette bataille et placé l'individualisme en position d'hégémonie culturelle^[29]. L'*artiste*, figure individualiste par excellence, dont la vie entière tend vers l'accomplissement de soi par la créativité, s'impose alors comme l'archétype du monde occidental victorieux.

Tel un mème Internet, les valeurs artistiques se répandent pour ré-émerger partout, dans la société du capitalisme tardif, sous des configurations nouvelles^[30]. Elles apparaissent dans les mouvements de contre-culture (de mai 1968 jusqu'aux hipsters), sous la forme d'éloges de l'anticonformisme et de l'originalité. Elles sont glorifiées en permanence par une société de consommation qui célèbre la singularité et la différence. Elles sont exaltées par des médias de masse qui mettent en scène l'artiste-célébrité de manière obsessionnelle. Elles sont incarnées par les "créateurs" sur les plateformes du numériques telles YouTube, Instagram ou TikTok. On les retrouve enfin, à peine déguisées, dans une autre figure, celle de l'entrepreneur, un génie qui, tel un Steve Jobs ou un Elon Musk, subvertit (ou "disrupte" dans la parlance start-up)

audacieusement l'ordre établi grâce à de nouvelles idées de business. En fait, et de manière assez paradoxale, l'art est devenu un nouveau régime de conformité ; *singularité, expression de soi et rébellion* une nouvelle norme^[31].

Pour le néolibéralisme, et comme le disait caricaturalement Margaret Thatcher, "la société n'existe pas"^[32]. Cette doctrine économique et politique, adoptée aujourd'hui par la plupart des gouvernements occidentaux, s'applique depuis les années 1970 à déconstruire méthodiquement l'héritage des grandes mobilisations collectives des deux siècles passés. Dans cette entreprise, l'idéologie de l'art est un allié particulièrement efficace. Elle reconfigure les aspirations de la population pour les orienter intégralement vers le soi, érodant ainsi la notion même de société. Elle est une arme politique, permettant d'insensibiliser (et même d'associer) le peuple à la destruction des systèmes d'aide sociale (santé, retraites, éducation...), à la privatisation de tous les services publics (transport, énergie...), et à la neutralisation des contre-pouvoirs collectifs (notamment les syndicats). Les citoyens, en effet, n'ont nul besoin d'être veillés par un "État nounou", quand ce qu'ils désirent le plus est de vivre une vie singulière, désentravée des conventions.

L'alliance entre l'idéologie de l'art et le néolibéralisme est particulièrement visible et efficace dans le champ de la politique du travail, fief traditionnel des luttes socialistes. Dans l'imaginaire populaire, *travail* n'est pas couramment associé avec *plaisir*. On travaille parce qu'on y est forcé, pour subvenir à ses besoins essentiels, mettre un toit au-dessus de sa tête ou nourrir sa famille. L'artiste, au contraire, travaille par vocation : parce que génie il a reçu un don et a été "appelé" à faire ce qu'il fait. La motivation de l'artiste lui vient de son moi, elle est une forme d'amour et non une contrainte. Le tour de force du néolibéralisme a été de généraliser cette idée et qu'au lieu d'être stable, bien rémunéré ou de donner sécurité et temps libre, un bon travail doit naître d'une vocation^[33].

Cette relation "artistique" au travail est considérée par les gouvernements des pays occidentaux comme le futur de l'emploi. Ces derniers légifèrent depuis des décennies pour tendre vers un marché du travail où chaque travailleur est sa propre entreprise, et s'associe avec d'autres le temps d'un projet avant de repartir vers de nouveaux horizons. Mû par l'amour, le travailleur néolibéral s'exploite tout seul. Il est freelancer ou stagiaire en série, ne compte pas ses heures, ne fait la distinction ni entre week-end et semaine, ni entre bureau et maison. En plus du cœur de son activité, il doit en

permanence travailler à travailler en étendant son réseau social et en se cultivant une réputation et “sa marque” (son “self-branding”), pour se différencier de ses concurrents^[34].

Les classes populaires, n’ayant rien de suffisamment “cool” à inscrire sur leurs profils LinkedIn ou leurs biographies Twitter, sont en revanche entièrement exclues de ces nouvelles modalités. La dérégulation du travail est la cause au contraire de l’essor de ce qu’on a nommé la “gig economy” ou encore “ubérisation” de l’économie, et de l’explosion du travail précaire.

La souffrance sociale causée par cette nouvelle politique du travail touche aussi les classes supérieures. Pour les nouvelles générations, l’injonction à trouver sa vocation est si forte que de nombreuses personnes se sentent coupables et souffrent de dépression lorsqu’elles n’y arrivent pas. De plus, le travail “flexible” (même lorsque cette flexibilité est choisie) est source d’anxiété, d’insécurité et d’isolement. Au lieu de tisser des solidarités avec ses pairs, le travailleur flexible est encouragé à les considérer tous comme de potentiels concurrents.

Alors intervient la promesse néolibérale d’expression de soi, à travers l’auto-détermination par chacun de sa carrière, l’auto-définition de son identité, le sentiment d’être unique et singulier. Cette promesse rend toutes ces souffrances tolérables. L’art est ainsi un outil de pacification de la population^[35] (et en particulier des classes moyennes et supérieures). C’est un outil redoutablement efficace car il est invisible, oeuvrant au plus profond de chacun de nous, en déterminant nos aspirations les plus intimes, et ainsi tout ce qui nous met en mouvement ; un mouvement entièrement orienté vers le soi et absolument en phase avec les forces économiques néolibérales qui contrôlent nos sociétés et détruisent notre environnement.

Faire notre deuil, puis reconstruire

L’art n’est pas moteur de changement, il est au contraire l’un des ressorts de notre immobilité. Si nous voulons dépasser les crises dans lesquelles nous sommes embourbés, pour un monde plus solidaire, plus juste et respectueux du vivant, il nous faut de nouveaux récits. Et pour créer de nouveaux récits, il nous faut tout d’abord remplacer la principale matrice idéologique de ces récits, c’est-à-dire l’art.

Musiciens, peintres, écrivains, ... nous devons désertier l’art et inventer des manières d’inscrire nos pratiques créatives dans un cadre *post-artistique*. Nous devons nous rallier autour de nouvelles valeurs : le collectif, le soin, la protection du bien commun. Nous devons “bifurquer”, comme le font progressivement les travailleurs d’autres professions^[36]. Il n’est pas question de ne plus produire de sons, d’images, de performances... Il est question en revanche de changer radicalement la manière dont la société (nous compris) considère ces activités de production ainsi que celles et ceux qui les entreprennent.

Ce travail ne peut être une quête unilatérale des artistes, mais doit aussi être engagé par les institutions du monde de la culture. Ces dernières doivent réfléchir à comment accompagner une transition, comment créer de nouveaux modèles économiques qui permettraient de sortir du régime de visibilité, de compétition, d’hyper-personnalisation qui est imposé aux artistes aujourd’hui. Nous pouvons nous inspirer des expériences radicales de créativité passées, comme le Proletkult (projet révolutionnaire soviétique), le mouvement du logiciel libre, ou encore la créativité collective des mouvements décentralisés comme Extinction Rebellion ou Occupy.

Mais pour nous, artistes, c’est tout d’abord le deuil de nos privilèges qu’il nous faut engager :

Faire le deuil du génie. Nous devons accepter d’être de simples membres de la communauté et non d’illustres guides ; combattre activement les privilèges et le prestige social attribués aux artistes ; déconstruire la révérence mystique et religieuse pour les œuvres d’art.

Faire le deuil de l’auteur. Nous devons aller bien plus loin que la simple création de collectifs artistiques ; trouver les moyens de travailler et d’exister sans nous approprier des pans entiers de la culture humaine ; repenser notre relation au temps et à l’espace, accepter d’être de simples acteurs locaux et éphémères, d’être des anonymes.

Faire le deuil des prétentions de l’art à la subversivité. Nous devons accepter que nous ne sommes pas de grands révolutionnaires, et accueillir les questions légitimes sur notre utilité dans la société, ainsi que la possibilité que nous soyons en réalité parfaitement inutiles.

Passé ce deuil, viendra alors le moment grisant de la reconstruction, où nous pourrons mettre nos énergies au service de la réinvention de nos pratiques, et ces pratiques, enfin, au service du bien commun.

Sébastien Piquemal (<https://blogs.mediapart.fr/sebastien-piquemal>)

<https://notrecondition.fr>

notrecondition@gmail.com

Références complémentaires :

- Arvidsson, Adam, Giannino Malossi, and Serpica Naro. « *Passionate work? Labour conditions in the Milan fashion industry.* » *Journal for cultural research* 14.3 (2010): 295-309.
- Barthes, Roland. « *The death of the author.* » *Contributions in Philosophy* 83 (2001): 3-8.
- Bourdieu, Pierre, Alain Darbel, and Dominique Schnapper. *L'amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*. Paris: Les éditions de minuit, 1969.
- Bowley, Graham, and Doreen Carvajal. « *One of the world's greatest art collections hides behind this fence.* » *The New York Times* 28 (2016).
- Colbert, François. « *Beyond branding: Contemporary marketing challenges for arts organizations.* » *International Journal of Arts Management* (2009): 14-20.
- Cour des comptes, « *L'enseignement supérieur en arts plastiques* », Communication à la commission des finances du Sénat, Dec. 2020, <https://www.ccomptes.fr/sites/default/files/2021-01/20210120-58-2-enseignement-superieur-arts-plastiques.pdf>
- Curtis, Adam. « *Adam Curtis on the Dangers of Self-Expression.* » Interview by Vancey Strickler. *The Creative Independent*, March 14 (2017).
- Daniel, Ryan, and Robert Johnstone. « *Becoming an artist: exploring the motivations of undergraduate students at a regional Australian University.* » *Studies in Higher Education* 42.6 (2017): 1015-1032.
- Dee, Liam. *Against Art and Culture*. Palgrave Macmillan, 2018.
- Des agros qui bifurquent. « *A call out to branch off, 2022 AgroParisTech Graduation ceremony* », Youtube, 10 May 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=SUOVOC2Kd50>
- Ede, Lisa. « *The Concept of Authorship: An Historical Perspective.* » (1985).
- Florida, Richard. *The rise of the creative class—revisited: Revised and expanded*. Basic Books (AZ), 2014.

- Foucault, Michel. « *Qu'est-ce qu'un auteur?* » *Société Française de Philosophie, Bulletin* 63.3 (1969).
- Gault, Matthew. « *An Ai-Generated Artwork Won First Place at a State Fair Fine Arts Competition, and Artists Are Pissed.* » *VICE*, 31 Aug. 2022, <https://www.vice.com/en/article/bvmvqm/an-ai-generated-artwork-won-first-place-at-a-state-fair-fine-arts-competition-and-artists-are-pissed>.
- Gill, Rosalind, and Andy Pratt. « *In the social factory? Immaterial labour, precariousness and cultural work.* » *Theory, culture & society* 25.7-8 (2008): 1-30.
- Graeber, David, and Nika Dubrovsky. « *Another Art World* » part 1, 2 & 3, e-flux journal, 2019, <https://www.e-flux.com/journal/102/284624/another-art-world-part-1-art-communism-and-artificial-scarcity/>.
- Hardt, Michael, and Antonio Negri. « *Empire.* » *Empire*. Harvard University Press, 2001.
- Hearn, Alison. « *Meat, Mask, Burden: Probing the contours of the brandedself.* » *Journal of consumer culture* 8.2 (2008): 197-217.
- Heinich, Nathalie. *L'Élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*. Éditions Gallimard, 2018.
- Home, Stewart. « *The Assault on Culture: Utopian Currents From Lettrisme to Class.* » (1988).
- De Lagasnerie, Geoffroy. *L'art impossible*. Presses Universitaires de France, 2020.
- Lefevre, Mathieu, and Anaïz Parfait. « *Réconcilier les Français grâce à l'environnement.* » (2020).
- Légifrance, « *Code de la propriété intellectuelle – Chapitre III : Durée de la protection (Articles L123-1 à L123-12)* », Accessed 3 Oct. 2022, https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006069414/LEGISCTA000006161638/#LEGISCTA000006161638.
- Macel, Christine. « *Venice Biennale Arte 2017 | Introduction by Christine Macel* », 2017, <https://www.labiennale.org/en/art/2017/introduction-christine-macel>.
- Mayyasi, Alex. « *Why is art expensive?* » *priceconomics*, 2015, <https://priceconomics.com/why-is-art-expensive/>.
- McAndrew, Clare, « *A Survey of Global Collecting in 2022* » *The Art Basel and UBS Global Art Market Report*, Accessed 10 Aug. 2022, <https://www.artbasel.com/about/initiatives/the-art-market>
- McRobbie, Angela. *Be creative: Making a living in the new culture industries*. John Wiley & Sons, 2018.
- Miller, M. H. « *The big fake: behind the scenes of Knoedler Gallery's downfall.* » *Artnews* 25 (2016): 2016.

- Ministère de la culture, « *Financement de la culture* », Accessed 10 Sept. 2022, <https://www.culture.gouv.fr/themes/Financement-de-la-culture>.
- Mitali, Banerjee, and Paul L. Ingram. « *Fame as an illusion of creativity: Evidence from the pioneers of abstract art.* » HEC Paris Research Paper No. SPE-2018-1305, Columbia Business School Research Paper 18-74 (2018).
- Nead, Lynda. « *Seductive canvases: Visual mythologies of the artist and artistic creativity.* » Oxford Art Journal 18.2 (1995): 59-69.
- Oakley, Kate. « *From Bohemia to Britart—art students over 50 years.* » Cultural Trends 18.4 (2009): 281-294.
- Petterson, Anders, « *Deloitte & ArtTactic | Art & Finance Report 2021* » ArtTactic, Accessed 10 Aug. 2022, <https://arttactic.com/product/deloitte-arttactic-art-finance-report-2021/>
- Rose, Mark. « *The author as proprietor: Donaldson v. Becket and the genealogy of modern authorship.* » Representations 23 (1988): 51-85.
- Røyseng, Sigrid, Per Mangset, and Jorunn Spord Borgen. « *Young artists and the charismatic myth.* » International journal of cultural policy 13.1 (2007): 1-16.
- Schrager, Allison. « *High-end art is one of the most manipulated markets in the world.* » Quartz (2013).
- Shapiro, Roberta, and Nathalie Heinich. « *When is artification?.* » Contemporary Aesthetics (Journal Archive) 4 (2012): 9.
- Shiner, Larry. *The invention of art: A cultural history.* University of Chicago press, 2003.
- Steffen, Will, et al. « *Trajectories of the Earth System in the Anthropocene.* » Proceedings of the National Academy of Sciences 115.33 (2018): 8252-8259.
- Taylor, Roger. « *Art, an Enemy of the People.* » (1978).
- Tokumitsu, Miya. *Do what you love: And other lies about success & happiness.* Simon and Schuster, 2015.
- UCLA, DataRes at. « *Spotify Trends Analysis.* », Medium, 22 Dec. 2020, <https://ucladatares.medium.com/spotify-trends-analysis-129c8a31cf04>.
- Waldron, Jeremy. « *From authors to copiers: individual rights and social values in intellectual property.* » Chi.-Kent L. Rev. 68 (1992): 841.
- Wesner, Simone. « *The Artist and the Artistic Myth.* » Artists' Voices in Cultural Policy. Palgrave Macmillan, Cham, 2018. 17-40.
- [2] Voir le rapport *Réconcilier les Français grâce à l'environnement* de l'organisation Destin Commun.
- [3] Pour une étude plus poussée de ces mythes, voir les livres *L'Élite artiste* de Nathalie Heinich et *L'art impossible* de Geoffroy de Lagasnerie, ou encore l'article *Seductive canvases: Visual mythologies of the artist and artistic creativity* de Lynda Nead. On pourra lire aussi l'introduction à la biennale de Venise 2017 de la curatrice Christine Macel pour une parfaite synthèse exaltée de ces valeurs.
- [4] Définition de « génie », CNRTL, <https://www.cnrtl.fr/definition/genie>. Accédé le 05 December 2022.
- [5] Sur le sujet des motivations des artistes (et étudiants en art), voir les articles listés dans les références : *From Bohemia to Britart—art students over 50 years* ; *Becoming an artist: exploring the motivations of undergraduate students at a regional Australian University* ; *The Artist and the Artistic Myth* ; *Young artists and the charismatic myth.*
- [6] Voir l'article *Fame as an illusion of creativity* de Banerjee Mitali et Paul L. Ingram.
- [7] Voir le livre *L'Élite artiste* de Nathalie Heinich.
- [8] Voir l'article *The big fake* paru dans la revue artnews.
- [9] Voir l'article *High-end art is one of the most manipulated markets in the world* paru dans Quartz.
- [10] Voir le post de blog *Spotify Trends Analysis* pour retrouver ces chiffres.
- [11] Voir l'article *An Ai-Generated Artwork Won First Place at a State Fair Fine Arts Competition, and Artists Are Pissed* paru dans VICE.
- [12] Pour retrouver ces chiffres, voir le rapport *A Survey of Global Collecting in 2022* publié par Art Basel.
- [13] Ces chiffres sont tirés du rapport *Art & Finance Report 2021* publié par Deloitte & ArtTactic. Seules les personnes possédant 30 millions de dollars ou plus sont comptées. « objets de collection » contient d'autres objets que de l'art: pierres précieuses, voitures de collection, alcools, etc ...
- [14] Voir l'article *One of the world's greatest art collections hides behind this fence* paru dans The New York Times.
- [15] Voir la page *Financement de la culture* sur le site du ministère de la culture. Un autre modèle économique repose sur le financement public : 17 milliards de financements publics pour 49,2 milliards de chiffre d'affaires.
- [16] De nombreux artistes ont d'ailleurs fait des expériences dans ce sens. On pourrait notamment citer l'album *In Rainbows* de Radiohead publié en 2007 en téléchargement libre (et à prix libre) sur leur site web.
- [17] L'argument du *droit d'auteur comme un moyen d'apporter un revenu aux artistes* a souvent été mis en avant dans la "lutte contre le piratage des œuvres". Mais

Notes :

- [1] Voir l'article *Trajectories of the Earth System in the Anthropocene* publié dans PNAS en 2018.

aujourd'hui, les droits sur les œuvres d'un auteur durent 70 ans après sa mort (voir *Code de la propriété intellectuelle* disponible dans les références), ce qui ne profite évidemment pas aux artistes, mais à leurs descendants et aux industries culturelles.

- [\[18\]](#) Voir les articles *The author as proprietor* de Mark Rose et *From authors to copiers* de Jeremy Waldron.
- [\[19\]](#) "Authorship", un mot anglais courant qui n'a pas de traduction exacte en français, mais signifie "paternité" d'une œuvre, est apparu pour la première fois en 1710 dans l'Oxford English Dictionary, illustrant que ce concept est très récent. Voir l'article *The Concept of Authorship* de Lisa Ede.
- [\[20\]](#) Pour deux critiques du concept d'auteur lire la conférence *Qu'est-ce qu'un auteur?* de Michel Foucault et l'article *The death of the author* de Roland Barthes.
- [\[21\]](#) Voir les livres *The invention of art* de Larry Shiner et *Against Art and Culture* de Liam Deane.
- [\[22\]](#) C'est ce qu'avaient notamment tenté les révolutionnaires Russes au début du 20^e siècle à travers la création du Proletkult.
- [\[23\]](#) Les femmes, bien sûr, devraient encore attendre.
- [\[24\]](#) Voir *L'Élite artiste* de Nathalie Heinich.
- [\[25\]](#) Voir le livre *L'amour de l'art*. de Pierre Bourdieu, Alain Darbel, et Dominique Schnapper.
- [\[26\]](#) Depuis les années 60, avec notamment l'influence du mouvement Fluxus, il existe de nombreuses œuvres d'art "participatives" qui tentent justement de réduire cette distance avec le public. Premièrement, on pourrait souligner le fait que si ces œuvres incluent les spectateurs c'est souvent sous une forme autoritaire, dans le cadre d'interactions rigides régies par l'artiste. Deuxièmement, la mise à distance entre les œuvres et le public reste aujourd'hui la norme.
- [\[27\]](#) Voir *L'art impossible* de Geoffroy de Lagasnerie.
- [\[28\]](#) Dans un rapport intitulé *L'enseignement supérieur en arts plastiques* (lien dans les références), la Cour des comptes épingle le manque de diversité sociale des écoles d'art françaises.
- [\[29\]](#) Le livre *Empire* de Michael Hardt et Antonio Negri fournit une analyse de la montée en puissance de l'idéologie individualiste caractéristique du régime post-fordiste de la deuxième moitié du 20^e siècle.
- [\[30\]](#) Voir *The rise of the creative class* de Richard Florida pour une analyse (non-critique) de l'économie créative et de son influence sur la législation du travail et la politique des villes.

- [\[31\]](#) Voir *Adam Curtis on the Dangers of Self-Expression*, une interview du réalisateur Adam Curtis dans *the Creative Independent*, dans laquelle il déclare provocativement que le monde de l'art est responsable de l'élection de Donald Trump en 2016.
- [\[32\]](#) "There's no such thing as society", citation célèbre de Margaret Thatcher, dans une interview donnée en 1987.
- [\[33\]](#) Voir les livres *Do what you love* de Miya Tokumitsu ou *Be creative: Making a living in the new culture industries* de Angela McRobbie.
- [\[34\]](#) Voir les articles *Meat, Mask, Burden: Probing the contours of the brandedself* de Alison Hearn ; *Passionate work? Labour conditions in the Milan fashion industry* de Adam Arvidsson ou *In the social factory?* de Rosalind Gill et Andy Pratt.
- [\[35\]](#) Un outil parmi d'autres, et on pourrait notamment citer le rôle similaire de la psychologie occidentale dans l'individuation des maux sociaux.
- [\[36\]](#) Entre autres vidéos et discours on peut notamment citer celui des étudiants d'AgroParisTech, des étudiants de Centrale ou encore de HEC.