

LES NOUVEAUX THEOLOGIENS ?

Je n'essaierai pas de m'ériger en Voltaire du journalisme esthétique, ni de m'embarquer spontanément - au risque d'être banni à jamais de notre Association - dans une comparaison prolongée entre nos activités professionnelles et les habits de l'Empereur. Mais à une époque où les auteurs comiques américains nous attribuent des pouvoirs tout puissants, où l'on nous qualifie alternativement de pyromanes de la culture ou de gardiens de la flamme sacrée de la civilisation, il peut être opportun de considérer nos activités, ne fût-ce que brièvement, avec plus de détachement que nous en mettons d'ordinaire à le faire.

L'une de mes toutes premières préoccupations a toujours été nos lecteurs: qui nous lit, comment et dans quelle mesure nous lit-on. Laissez-moi d'abord vous faire un aveu. Bien que je sois abonné à un nombre considérable de magazines d'art, je n'y jette, au mieux, qu'un coup d'oeil superficiel, à moins bien entendu qu'ils ne contiennent un de mes articles. Et quoique cette attitude soit tout à fait répréhensible de ma part, elle n'en est pas moins courante, j'en suis sûr, parmi les "lecteurs", dont beaucoup se contentent de parcourir distraitement le texte, pour regarder plus attentivement les illustrations et abandonner ensuite la publication en un endroit bien en vue, en signe d'engagement culturel du genre le plus admirable. Acheter un magazine d'art présuppose, bien sûr, un certain degré d'intérêt; mais existe-t-il aussi pour la critique d'art, ^{venant} ~~venant~~ gratuitement, si je puis dire, avec les journaux de grand tirage? En Grande-Bretagne, le Sunday Times et l'Observer, journaux de qualité ^{tirant} ~~total~~ ensemble à quatre millions d'exemplaires, publient, chaque semaine, un article d'environ 1.200 mots sur les expositions du moment, parfois accompagnés de photos. Je me figure que, sur les 30.000 personnes environ qui lisent ces articles, moins de 10.000 seulement visitent les expositions signalées (excepté dans le cas des expositions à grand battage publicitaire). Ce qui n'est ^{pas} ~~nécessairement~~ dû à un manque d'intérêt. Mais en premier lieu, une partie seulement de ces lecteurs vivent à Londres, ou aux environs, et ensuite, parmi

ceux-ci, rares sont ceux qui ont l'occasion de se rendre dans ces galeries, dont les heures d'ouverture correspondent aux heures où la plupart des gens travaillent.

Beaucoup a été dit et écrit sur ces pressions subtiles, inéluctables et si largement répandues, dont nous faisons l'objet, en tant que membres d'une certaine structure sociale, politique et économique; et tout cela n'est que trop vrai. Mais cela risque aussi de nous rendre aveugles au fait, rarement admis en public, que nous sommes vulnérables de bien d'autres manières, plus directes et plus manifestes. Cela devient l'évidence même à mesure que les pressions économiques, qui s'exercent sur l'ensemble de la presse, se font plus intolérables. C'est un truisme que d'affirmer qu'aucun magazine d'art ne peut survivre uniquement par son tirage, et je me souviens fort bien des pressions dont je fus l'objet, de la part d'agents de publicité, à l'époque où j'étais moi-même un journal d'art. Il s'en suit inévitablement que les galeries les plus riches sont celles qui retiennent davantage l'attention et que bien souvent un espace est réservé à un artiste, médiocre mais ^{possédant} avec une fortune personnelle, qui a commandé une grande annonce publicitaire. Il est difficile, c'est le moins qu'on puisse dire, de se montrer intransigeant à l'égard des principales sources de revenus d'un journal (c'est un problème analogue à celui du critique appelé à "couvrir" l'oeuvre d'un de ses amis). L'un des exemples les plus récents de la publicité, instrument de pression, nous vient de Grande-Bretagne. Le rédacteur en chef du "Connoisseur" envoya une lettre au Times, critiquant certains aspects de la fameuse vente Mentmore. Sur quoi, les commissaires-priseurs de Sotheby résilièrent immédiatement le contrat de publicité qu'ils avaient avec ce magazine et qui rapportait, à celui-ci, environ 26.000 £ par an. S'il va sans dire que le tout récent enthousiasme, que la Grande-Bretagne apporte à l'organisation de festivals et d'expositions sur l'art islamique, n'a absolument rien à voir avec la richesse des Emirats du pétrole, il n'en reste pas moins que la tendance de certains journaux à publier, sans raison apparente, des articles sur la stratégie nucléaire ou la défense de l'Ouest, ne peut être sans

rapport avec la rumeur selon laquelle certains Services Secrets seraient prêts à acheter des milliers d'exemplaires de toute publication propageant leurs vues tendancieuses.

Mais que sommes-nous pour oser jeter la première pierre?

Fort heureusement, le grand public culturel ignore que nous sommes en général payés au nombre de mots que nous écrivons. Une contrainte économique, inhérente à notre profession, nous pousse à la prolixité. Un livre vient de paraître, en Angleterre, sur un tableau de Watteau, appartenant à la Wallace Collection de Londres, et dont le sujet est une jeune fille, en train de se passer la chemise par-dessus la tête. L'auteur de ce livre consacra plus de mots que je ne pourrais compter à discuter du fait de savoir si elle était en train de mettre sa chemise, ou de l'ôter; si elle sortait du bain ou était sur le point d'y entrer. Quels sont ceux d'entre nous qui peuvent honnêtement prétendre, la main sur le cœur, ne jamais avoir exposé, en d'interminables longueurs, une idée tout à fait ordinaire, ou ne jamais avoir revêtu d'un jargon prétentieux, le plus souvent cueilli dans une autre discipline académique, quelque pensée pas très originale, motivés en cela par le fait que nous sommes payés au tarif de 5 à 50 £ les mille mots.

La tendance actuelle des critiques d'art à vouloir devenir les geais du savoir, qui se parent des plumes du paon, se retrouve partout. Doutant de notre infailibilité, peu sûrs de la validité de nos jugements, nous volons vers les certitudes mythiques d'autres modes de pensée, sans posséder les facultés intellectuelles propres aux praticiens de ces modes. Fragments de Wittgenstein, citations de Lévi-Strauss, notions de psychologie de perception, courts extraits de sémiotique, suggestions de cybernétique, nous faisons étalage de tout avec assurance et souvent avec un apparatus criticus hors de propos. L'emploi d'un jargon technique complexe masque presque toujours le manque de clarté de la pensée et l'incertitude des convictions.

Convaincus que l'herbe est toujours plus verte de l'autre côté de la montagne intellectuelle, nous convoitons les certitudes des autres disciplines. Ceci est tout particulièrement vrai pour nos

rapports avec notre cousine culturelle, l'histoire de l'art. Trop souvent, lorsque nous avons à commenter une manifestation artistique, nous partons de l'hypothèse qu'elle est bonne, qu'elle est valable. Mais ensuite, nous ne sommes pas toujours à même de trouver une justification adéquate, ou convaincante, à cette prise de position et nous n'échappons pas à la tentation de nous évader dans la technique des historiens d'art: l'analyse détaillée des faits. Tout récemment, en Grande-Bretagne, les briques de Carl André ont provoqué une vive controverse. La Tate Gallery, qui en avait acquis un assemblage, a fait paraître toute une série d'articles, pour expliquer ou justifier cette acquisition. Ces articles traitaient presque uniquement de questions mineures, sans importance, mais apportaient à leur étude l'acharnement que met l'historien à rechercher la provenance d'un obscur panneau de Sienne, du début du 14^e s. D'où provenaient ces briques? Quelle était leur structure chimique précise? En quoi différaient-elles de briques semblables se trouvant à Washington ou à Amsterdam? Quelles étaient leurs dimensions exactes? Appliquer à un objet des méthodes d'interprétation, tirées d'une forme de culture qu'il critique ou tourne plus ou moins dérision, c'est pour le moins hypocrite.

Toutefois, le fait que nous serpentions très souvent dans un marais d'incertitudes esthétiques, ne nous empêche pas d'adopter des attitudes d'intolérance calviniste ou de haine à la Torquemada. Nos polémiques sont aussi amères, aussi virulentes et aussi banales que celles de n'importe quel pamphlétaire religieux du 17^e s. Nous divisons le monde de l'art en deux: les rachetés par le Réempteur et les non-rachetés; les "bons" et les "méchants"; les "cow-boys" et les "indiens". Le Furor criticus a remplacé le Furor theologicus. Et c'est peut-être là notre vrai rôle. A une époque de religion séculière, où Van Gogh a pris la succession de St. François, et ^{d'Assise} Joseph Beuys, celle de St. Ignace; où nous mettons en question l'authenticité des manifestations d'art avec la rigueur du Saint Office examinant l'authenticité des reliques; où nous avons nos saints patrons culturels, et où nous sommes divisés en

sectes, aussi intolérantes les unes à l'égard des autres que les Anabaptistes à l'égard des Holly Rollers, notre rôle est celui de théologiens modernes, ergotant sur le nombre d'anges pouvant tenir sur la tête d'une épingle, comme le firent les Byzantins alors que les Turcs étaient déjà sous leurs murs. Si nous devions tous disparaître demain, l'art s'évanouirait-il? Et si l'art s'évanouissait demain, serions-nous appelés à disparaître aussi?