

Identity correction : comment se porte votre identité ?

Edith Brunette

Number 117, Spring 2014

Détournement, imposture, falsification

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/72287ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Éditions Intervention

ISSN

0825-8708 (print)

1923-2764 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Brunette, E. (2014). *Identity correction : comment se porte votre identité ? Inter*, (117), 10–13.

IDENTITY CORRECTION : COMMENT SE PORTE VOTRE IDENTITÉ ?

► Edith Brunette

Historiquement, et en dépit des attentes de cohérence du marché, l'artiste est aussi un personnage qui « [...] permet d'échapper aux exigences de constance et de reconnaissance qui accompagnent toute identité. L'artiste demeure ainsi l'une des rares figures qui puissent se prévaloir d'une sorte de sauf-conduit social lui donnant la possibilité de commettre des actions outrancières, hors des habituelles normes morales, voire légales. D'un point de vue politique, c'est-à-dire simplement du point de vue de ses interactions avec le monde, cette mobilité peut devenir pour l'artiste une arme terrible. Une arme à double tranchant que les Yes Men [...] ont brandie avec succès et revers.»

Une jeune femme me faisait remarquer, lors d'une récente discussion sur l'engagement politique des artistes visuels, que notre problème résidait dans notre attachement à l'identité d'artiste. Bien que j'aie commencé par lui répondre que cette identité demeurait le point de départ nécessaire de toute réflexion sur les rôles que nous nous donnons, je dois admettre qu'elle n'avait pas tort. Agir en tant qu'artiste, c'est déjà accepter les conditions définies par un certain cadre, par certaines attentes, par certains regards. Pire, aujourd'hui, à l'heure du financement sous condition, les limites de ce cadre semblent se durcir. Affirmer sa position par rapport à ce cadre, fût-ce pour s'en distancier, c'est encore jouer le jeu d'une démarcation, d'une construction de personnage. Textes de démarche (au singulier), maintien d'une cohérence lisible, pratique ne pouvant évoluer qu'à petite dose, être *reconnaissables* : plus nous nous affairons à définir cette identité – pour nous démarquer, pour forger, pourrait-on dire, notre marque de commerce –, plus nos possibilités de mouvement s'amenuisent. Nous finissons ainsi par penser d'abord à la manière dont une œuvre va nous affecter – notre image, notre pratique – plutôt qu'à la manière dont elle peut affecter l'autre, le monde. Et si nous inversions la réflexion ?

Faits divers

En 2002, des représentants de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) donnent une conférence à la State University of New York à Plattsburg. Ils y présentent un projet en partenariat avec les restaurants McDonald's qui permettra de s'attaquer au problème de la faim dans le monde tout en respectant les principes de l'économie de marché. La solution, pour le dire en termes gestionnaires, réside dans le recyclage des « déchets de postconsommation » alimentaires. Plus clairement, il s'agit d'inclure une part de merde humaine dans les boulettes de hamburger des consommateurs des pays en développement. Suffisait d'y penser.

En 2004, un représentant de Dow Chemical est invité dans les studios de la BBC. Il y annonce, en primeur et en direct, que la compagnie a décidé d'indemniser pleinement les victimes de l'explosion d'une usine de pesticides à Bhopal, en Inde, en 1984. Des dizaines de milliers de victimes - mortes, blessées et malades chroniques - et leur famille attendaient cette annonce depuis 20 ans.

En 2009, en pleine Conférence de Copenhague sur les changements climatiques, le ministre de l'Environnement Jim Prentice annonce, par voie de communiqué, l'engagement du Canada à réduire ses émissions de gaz à effet de serre de 40 % d'ici 2020 et à indemniser les pays qui subiront les effets des changements climatiques. Suit la publication, sur le site Internet de la COP15¹, des vidéos des conférences d'un délégué canadien et d'un membre de la délégation ougandaise confirmant la nouvelle.

La bonne nouvelle, c'est que McDonald's ne vend pas de merde recyclée en hamburger – pas officiellement, du moins – ; la mauvaise, c'est que Dow a rapidement démenti l'annonce de la BBC, forçant les médias à nous rappeler que la compagnie refuse toujours d'indemniser les victimes indiennes ou de décontaminer le site de l'accident. Quant au Canada, est-il nécessaire de préciser que son gouvernement s'entête toujours à *augmenter* ses émissions de gaz à effet de serre de 2,5 % par rapport à l'année de référence de Kyoto ? Or, les présentations, conférences et communiqués n'émanaient ni des gouvernements canadien et ougandais, ni de l'OMC, ni de McDonald's, ni de Dow. Et le site de la COP15 était un faux. Ils étaient tous l'œuvre des Yes Men et de leurs collaborateurs.

La correction d'identité

Les Yes Men se sont fait connaître par les dizaines de coups montés qu'ils ont organisés depuis le début des années deux mille et par deux films qui les ont pris pour sujets : *The Yes Men* (D. Ollman, S. Price et C. Smith, 2003) et *The Yes Men Fix The World* (A. Bichlbaum, M. Bonnano et K. Engfehr, 2009). Ces « coups », ils les englobent dans le concept d'*identity correction*, de « correction d'identité » : « Se faire passer pour de grands criminels dans le but de les humilier publiquement, tout en donnant aux journalistes de bonnes excuses pour couvrir des sujets importants². » En montant des sites Web « alternatifs » pour les entreprises et organisations qu'ils ciblent, en publiant des communiqués de presse ou en dépêchant des représentants en leur nom, les Yes Men manipulent l'image de ces entités auprès des grands médias et, par le biais de ceux-ci, auprès du public. Dans leurs fausses déclarations et leurs projets bidon, ils présentent une image non pas inexacte de leur proie, mais trop exacte : « [U]n exercice amusant, quand nous voulons nous en prendre à des scélérats, est de faire comme si nous étions eux et de défendre leur cause (débile), comme eux-mêmes auraient à le faire s'ils assumaient réellement leur propre folie. [...] Nous approuvons ces gens, en haussant simplement le volume de leurs idées quand nous parlons jusqu'à ce qu'elles se tordent devant le miroir déformant de notre palais des glaces. Du moins, c'est ce que nous tentons de faire, car il appert que l'image continue de leur paraître normale³. »

Ce principe de falsification, dans lequel les auteurs ne font que reproduire, en la poussant à l'extrême, la logique déjà à l'œuvre dans la pensée néolibérale, a été largement employé par les artistes qui ont voulu se frotter au politique. On l'a nommé « satire », comme dans le succulent





> Manifestant brandissant le drapeau américain corporatif d'Adbusters, à la seconde investiture de George W. Bush, Washington, 2005. Photo : Jonathan McIntosh.

< Édition spéciale du *New York Times* contenant uniquement des bonnes nouvelles, réalisée et distribuée par les Yes Men, 2008.

pamphlet de Jonathan Swift *A Modest Proposal*⁴ (1729), ou « détournement », comme dans les collages des situationnistes. Plus récemment, on le retrouve dans le courant du *culture jamming*, ou « détournement culturel », ou encore « sabotage culturel », dont le magazine *Adbusters*, avec ses publicités trafiquées, est l'un des porte-étendards. Dans ces modes d'action, les manipulations esthétiques ont souvent pour fonction première une efficacité critique, une capacité à rejoindre leur public par des images frappantes, connues et même – oui, oui – simples. Les actions des Yes Men n'y font pas exception.

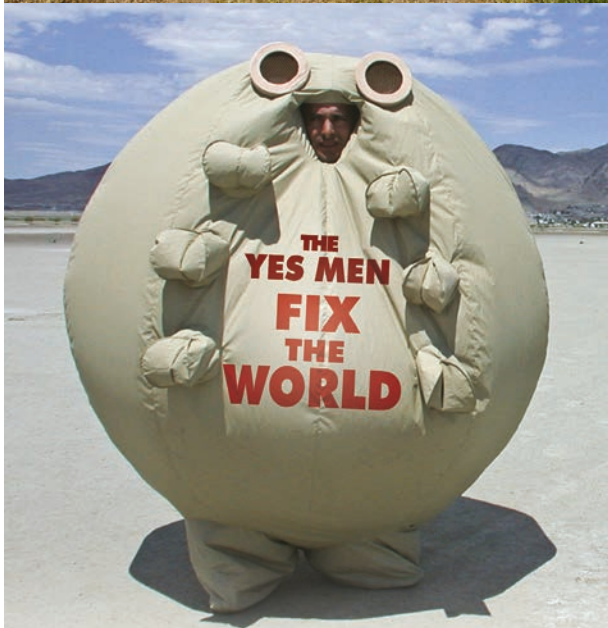
À l'inverse des mots d'ordre du « grand art »⁵, pour lequel la qualité se mesure généralement à l'aune d'une complexité, d'une ambiguïté et d'une ouverture du sens qui exigent une neutralité de façade, les interventions des Yes Men privilégient l'efficacité, une certaine brusquerie et, invariablement, la dissolution de toute ambiguïté dans un ultime dévoilement de tout projet comme coup monté. Que l'absurdité de leurs discours n'apparaisse pas toujours aux hommes et femmes des congrès de l'OMC, des producteurs pétroliers et autres adeptes des dérèglementations des marchés leur importe peu : leur public premier, c'est celui que pourront rejoindre les grands médias qui reprendront la nouvelle.

L'art, pourquoi pas ?

Dans la priorité donnée à la transmission de leur message, les Yes Men ne s'identifient pas à cette société des arts, au sein de laquelle l'idée même de message fait sourcilier. Ils ne la fuient pas non plus. Le milieu des arts semble représenter, pour eux, une scène parmi d'autres, avec ses visibilités, ses publics... ses prix. Le collectif s'est vu décerner en 2009 le premier Leonore Annenberg Prize for Art and Social Change, assorti d'un chèque de 25 000 \$, et enfile depuis les participations à différentes expositions à travers le globe. Même la façon dont Mike Bonanno – l'un de ses représentants les plus connus – se réfère au personnage mythologique du *trickster*, (« illusionnistes » ou « arnaqueurs » pour ancrer la pratique du groupe dans une tradition quasi universelle, nous ramène plus qu'elle ne nous éloigne du rôle de l'artiste : « [Les *tricksters*] étaient des créatures en général peu puissantes [...], mais qui employaient une combinaison de ruses et de talents – imitation, métamorphose, changement d'identité – dans le but de tendre un miroir à... je dirais tendre un miroir à la culture⁶... »

« Nous en revenons ainsi à la question de l'identité. La reconnaissance du statut d'artiste, pour celui ou celle qui tente d'intégrer le milieu universitaire, le marché de l'art ou

THE  ES MEN
ARE REVOLTING



< Démonstration des *SurvivaBalls* (boules de survie), prototypes réalisés par les Yes Men et présentés comme une solution de la firme Halliburton afin d'assurer la survie des directeurs d'entreprises aux catastrophes déclenchées par les changements climatiques. Halliburton est l'un des plus grands fournisseurs de produits pétroliers et gaziers au monde, et est notamment impliquée dans le déversement de la plateforme Deep Horizon dans le Golfe du Mexique en 2010. © The Yes Men.

> Image de la présentation d'une (fausse) déléguée ougandaise à la Conférence de Copenhague, exprimant son soutien à l'annonce (également fausse) du gouvernement canadien de son engagement à dédommager les pays victimes des effets des changements climatiques © The Yes Men 2009.

< Affiche du film *The Yes Men Fix the World* réalisé par Andy Bichlbaum et Mike Bonanno, 2009.

le système des subventions et des centres d'artistes – plus généralement, les trois à la fois –, est souvent comprise comme tributaire de l'obéissance à un certain nombre de rituels et à certaines qualités de discours. Il est intéressant, dans ces circonstances, de se rappeler que le personnage de l'artiste – avec ou sans statut – est aussi celui qui, historiquement, permet d'échapper aux exigences de constance et de reconnaissance qui accompagnent toute identité. L'artiste demeure ainsi l'une des rares figures qui puissent se prévaloir d'une sorte de sauf-conduit social lui donnant la possibilité de commettre des actions outrancières, hors des habituelles normes morales, voire légales. D'un point de vue politique, c'est-à-dire simplement du point de vue de ses interactions avec le monde, cette mobilité peut devenir pour l'artiste une arme terrible. Une arme à double tranchant que les Yes Men – mais l'on pourrait aussi mentionner Voïna – ont brandie avec succès et revers⁷. »

Certes, on ne peut prétendre que les Yes Men se soient affranchis de toute forme d'identité, ce qui serait non seulement illusoire, mais contre-productif. L'identité développée par le collectif est celle qui leur permet de se reconnaître et d'être reconnus mais, dans leur cas précis, elle doit surtout leur permettre de transférer une expérience, un mode d'agir. Comme celle des Anonymous ou des Black Blocs,



l'identité des Yes Men est d'abord une nacelle, une forme destinée à être reprise par qui le voudra. Néanmoins, et à l'inverse du groupe d'activistes masqués ou de la tactique militante, le collectif a pris le parti du – ou se retrouve aux prises avec le – vedettariat : les Yes Men demeurent, aux yeux du public de leurs films, l'œuvre de deux protagonistes, Mike Bonanno et Andy Bichlbaum – des pseudonymes, soit dit en passant.

> Le Yes Men Jacques Servin (A. Bichlbaum) dans le rôle d'un représentant de Dow Chemical, annonçant sur le réseau BBC que la compagnie assumera désormais la pleine responsabilité de l'explosion de l'usine de la Union Carbide survenue à Bhopal en 1984. © The Yes Men 2004.

> *The Golden Phallus*, costume gonflable en nylon. © The Yes Men, 2001.



La dimension collective du projet, pourtant, n'est pas qu'un vœu pieux. L'intervention à la Conférence sur le climat de Copenhague, par exemple, était le fruit d'une collaboration entre les Yes Men et un groupe de citoyens canadiens rattachés à l'organisation ActionAid, avec l'aide d'étudiants en art danois. Si les têtes d'affiche du groupe occupent encore aujourd'hui le devant de la scène, les Yes Men n'en continuent pas moins d'affirmer compter quelque 300 membres et de promouvoir leur extension pédagogique, le Yes Lab – sorte de laboratoire pour aider organismes et citoyens à monter leurs propres actions. Malgré ce mouvement expansionniste, il demeure cependant difficile de juger de la volonté réelle des initiateurs du projet à s'effacer au profit du collectif. Bichlbaum et Bonanno, allant de conférence en conférence et travaillant sur un troisième film, ne semblent pas près de s'effacer : l'horizon anarchiste, à coup sûr, est encore loin...

Si imparfaits qu'ils puissent être et n'échappant certes pas aux contradictions qui animent les rencontres de l'art et de l'activisme, du militantisme et de la médiation, les Yes Men n'en ont pas moins le mérite de prendre à rebours l'équation qui fait de la liberté la condition de l'art. En effet, l'art, ce peut aussi être la condition qui rend possible la liberté : un moyen, et non un but à atteindre. Une possibilité qui s'ajoute à un éventail d'autres, pour peu que, dans notre attachement proclamé à préserver nos libertés d'artistes, nous nous inquiétions également de préserver le droit de penser hors de tout statut. ◀

Notes

- 1 COP15 : 15^e Conférence sur le climat des Nations unies, c'est-à-dire la Conférence de Copenhague.
- 2 [Notre traduction.] « *Impersonating big-time criminals in order to publicly humiliate them, and otherwise giving journalists excuses to cover important issues.* » (The Yes Men, *Frequently Asked Questions* [en ligne], www.theyesmen.org/faq.)
- 3 [Notre traduction.] « *[O]ne fun exercise when you're taking on some evildoer is to really pretend to be them, and actually defend their (insane) cause as they might have to if they were just a little more conscious of and up-front about their insanity. [...] We agree with people – turning up the volume on their ideas as we talk, until they can see their ideas distorted in our funhouse mirror. Or that's what we try to do, anyhow – but as it turns out, the image always seems to look normal to them.* » (Ibid.)
- 4 Publié dans un contexte de famine et d'inégalités économiques entre la classe possédante anglaise et les Irlandais, Swift y proposait que ces derniers vendent leurs enfants comme nourriture aux familles anglaises aisées.
- 5 Pour reprendre l'expression critique de l'artiste Martha Rosler, qui utilisait le concept de *high art* comme forme d'exclusion.
- 6 [Notre traduction.] « *[The tricksters] were usually not very powerful creatures [...], but they would use a combination of clever skills, tricks – often "mimiquery", shape shifting, identity changing – in order to, in some way hold the mirror up to... I'd like to see it as holding the mirror up to culture...* » (Mike Bonanno [conférence en ligne], Columbus Museum of Art, 2013, www.youtube.com/watch?v=5SPKoZhbEno.)
- 7 Contrairement aux Yes Men qui agissent dans les cadres de pays occidentaux désireux de préserver leur image démocratique, les artistes activistes du groupe russe Voïna doivent composer avec l'autoritarisme assumé du gouvernement de Vladimir Poutine. Emblématique, néanmoins, de l'ambiguïté politique avec laquelle peuvent jongler les artistes, Voïna a su récolter à la fois le Prix de l'innovation en art contemporain du ministère de la Culture russe et une série d'accusations – y compris celle d'avoir dessiné à la craie sur un trottoir – et d'emprisonnements. Deux d'entre eux font toujours l'objet d'un mandat d'arrestation international.

ÉDITH BRUNETTE conjugue pratique artistique et recherche théorique. L'une comme l'autre s'intéressent aux formes des discours dominants, à leur manière de représenter le monde – celui de l'art, notamment –, d'en exclure certains éléments et d'en simplifier d'autres. Récemment, la Galerie de l'UQAM (Montréal), le centre Praxis (Sainte-Thérèse) et Skol (Montréal) ont accueilli ses projets ; les revues d'art *ETC*, *Inter*, *art actuel* et *Cassandra/Horschamp* ont publié ses textes.