Nathalie Heinich, Le Pont-Neuf de Christo : ouvrage d'art, œuvre d'art ou comment se faire une opinion

Solène Bollez

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/61662>

DOI : 10.4000/critiquedart.61662

ISSN : 2265-9404

Éditeur

Groupement d'intérêt scientifique (GIS) Archives de la critique d'art

Référence électronique

Solène Bollez, « Nathalie Heinich, Le Pont-Neuf de Christo : ouvrage d'art, œuvre d'art ou comment se faire une opinion », *Critique d'art* [En ligne], Toutes les notes de lecture en ligne, mis en ligne le 04 juin 2021, consulté le 25 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/61662> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/critiquedart.61662>

Ce document a été généré automatiquement le 25 septembre 2020.

EN

Nathalie Heinich, Le Pont-Neuf de Christo : ouvrage d'art, œuvre d'art ou comment se faire une opinion

Solène Bollez

- 1 Suite à l'annonce de l'emballage de l'Arc de Triomphe par Christo pour l'automne 2020, Nathalie Heinich décide de republier son enquête sociologique de 1985 au sujet de l'emballage du Pont-Neuf. Avec le recul de trente années d'expérience, elle admet avoir manqué de neutralité lors de l'écriture de cette enquête mais constate avoir conservé sa méthode de travail. En s'intéressant avant tout à l'intelligibilité et à la singularité des réactions, la sociologue fait le choix de rejeter la traditionnelle enquête statistique au profit de l'enquête ethnographique. Le socle de son ouvrage prend appui sur les paroles de différents types de visiteur·es questionné·es. En comparant les opinions hétéroclites, Nathalie Heinich montre comment un point de vue sur une œuvre d'art peut varier selon le contexte de découverte et selon l'historique personnel de chaque individu. Lors de leur rencontre avec la sociologue, un grand nombre des personnes interrogées a déjà assimilé les informations pratiques (financement, matériaux, tailles, etc.) diffusées par la télévision. La neutralité des avis est donc remise en cause. L'installation mène aussi à de nombreuses réappropriations analysées par l'autrice. Quelques-unes de ces réappropriations sont définies comme des re-modalisations d'après l'appareil conceptuel du sociologue et linguiste Erving Goffman (le pont emballé étant déjà une modalisation). La phrase « Moi, la Samaritaine m'emballa » affichée sur la façade du magasin, l'emballage d'une chaise par un bouquiniste, l'organisation de fêtes sur le pont en sont des exemples. D'autres sont de simples réappropriations commerciales ou personnelles tels que les produits dérivés, les graffitis ou les découpages. En analysant ces différents types de réactions, Nathalie Heinich définit l'emballage du Pont-Neuf comme un objet de scandale qui suscite l'hostilité, l'adhésion et exceptionnellement l'indifférence. A travers cette enquête, on apprend l'existence d'un conflit juridique concernant les produits dérivés, qui mène à un questionnement sur la frontière entre l'utilisation personnelle, professionnelle ou commerciale des photographies d'œuvres d'art. Finalement, « s'agit-il, ou non d'une

œuvre d'art ? », demeure la grande question à laquelle beaucoup de visiteurs ou de visiteuses n'ont pas su répondre. Là est le but de l'art contemporain visant à « mettre en crise les principes canoniques qui définissent traditionnellement l'œuvre d'art ».