

petite grammaire du dessein de M/M

CATHERINE DE SMET

M/M, soit Mathias Augustyniak et Michaël Amzalag, graphistes bousculant les conventions, concepteurs de catalogues, d'affiches et d'identités visuelles, se revendiquent artistes. Cette démarche visant à investir, de manière parfois arrogante, le champ artistique s'inscrit dans le très actuel processus de glissement des domaines d'activités les uns vers les autres, et de l'abolition des distances qui séparent les catégories : majeur / mineur, design / art. Qu'en est-il de la pertinence d'une telle «œuvre» ?

■ La collaboration des graphistes avec le milieu artistique entraîne souvent plus de méfiance réciproque que de sereine complicité. Mathias Augustyniak et Michaël Amzalag, réunis depuis une dizaine d'années sous l'enseigne professionnelle de M/M, atelier graphique, pourraient faire figure d'exception. Appréciés par quelques commissaires d'exposition et directeurs d'institution, qui leur ont confié la conception de catalogues ou d'identités visuelles, ils travaillent aussi régulièrement depuis plusieurs années avec un groupe d'artistes. Ainsi peut-on voir associés aux œuvres de Pierre Huyghe, Philippe Parreno et Dominique Gonzalez-Foerster, plusieurs modèles d'affiches réalisés par M/M ; le générique mural, ou cartel géant, qui accompagnait le film collectif *About*, lors de la biennale de Venise en 1999, concrétisait déjà la contribution des graphistes à la présentation de pièces de ces trois artistes.

Si la qualité des propositions plastiques de Amzalag et Augustyniak demande à être discutée, en revanche le succès de leur adaptation au monde artistique semble acquis, comme en témoigne, par exemple, leur fraîche apparition dans *Artforum* (1). L'originalité de leur

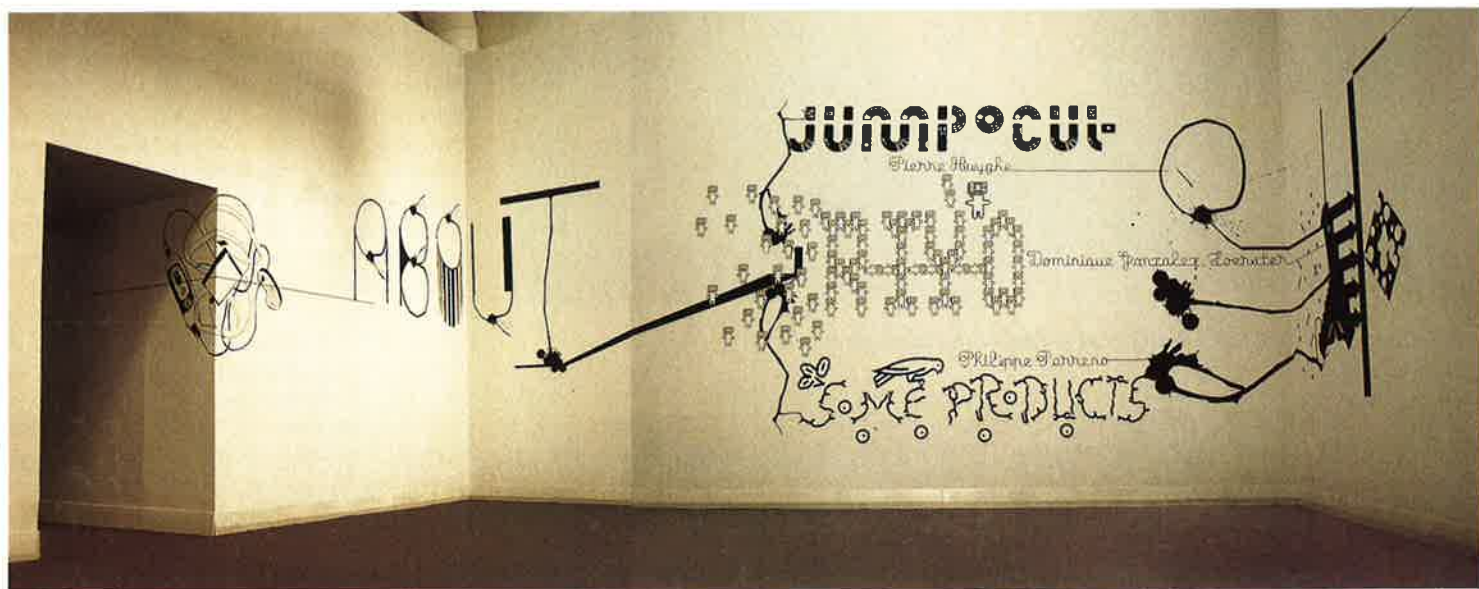
démarche tient apparemment d'abord à l'habileté avec laquelle ils se plient aux exigences de leur objectif : parvenir eux-mêmes au statut d'artistes. Contrairement à beaucoup de leurs congénères formés comme eux dans des écoles d'arts décoratifs, ils ont fort bien saisi les enjeux de l'art d'aujourd'hui et savent en conséquence ajuster leur attitude lorsqu'un projet – revue, film ou exposition – requiert leur participation. En un mot, leur stratégie s'avère efficace : aussi est-ce sur ce cheminement calculé qu'il faut s'arrêter afin de comprendre par quelle mise en œuvre, non tant plastique que tactique, ils tentent d'accomplir le dessein qu'ils se sont fixé.

Construction d'une identité

Leur rôle de directeurs artistiques auprès de couturiers ou de musiciens – comme Yohji Yamamoto ou Björk, pour n'en citer que deux – leur a offert une visibilité dont jouissent peu de graphistes. Attirés par des images largement diffusées, un certain nombre de journalistes prêtèrent ainsi leur plume à l'entreprise de construction identitaire de

M/M. Ils relayèrent le discours des deux designers, attachés à définir leur démarche en opposition marquée à l'égard des usages en vigueur dans l'exercice du graphisme autour d'eux. Augustyniak et Amzalag n'hésitèrent pas, pour servir leur cause, à entretenir des clichés quant aux travers supposés de la scène graphique française, et à exploiter à leur profit les tendances anti-hexagonales de la presse spécialisée, à dominante anglo-saxonne. Celle-ci trouva donc motif à espérer que la France, assimilée à une sorte de tiers-monde du graphisme occidental, trouvait enfin la voie de son développement grâce à ces jeunes gens, dépeints pour la circonstance en pionniers d'une ère nouvelle.

Ce premier positionnement acquis, Amzalag et Augustyniak modelèrent petit à petit leur image. Ils déclarèrent souvent combien les dénominations de graphistes et de designers leur convenaient mal et cultivèrent une réputation d'arrogance et d'intransigeance (2), plus conforme au profil visé – celui de créateurs imposant leur propre volonté. À l'occasion, ils mirent aussi les pieds dans le plat : «*Même si nous respectons le travail des artistes, nous*



«About». Fresque/générique. Film de Dominique Gonzalez-Foerster, Pierre Huyghe, Philippe Parreno. Biennale de Venise, 1999. Fresco/credits, at the Venice Biennale

avons pris le pari que ce que nous faisons est, d'une certaine manière, plus pertinent que ce qu'ils font (3).»

Une Histoire matérielle, volumineux catalogue presque exclusivement photographique des collections du Musée national d'art moderne, témoigne de la façon dont M/M peut procéder pour infléchir une commande. Cet ouvrage a, lors de sa sortie fin 1999, provoqué des remous tant il échappait à l'usage auquel on le croyait destiné, à savoir informer sur la collection, permettre d'y repérer les œuvres, de les identifier et de les situer au sein d'un vaste corpus, reflétant l'esprit du musée. Les protagonistes de cette publication s'exposaient aux critiques les plus virulentes, en raison de manquements sérieux à l'attente du lecteur. Mais, envisagés comme la conséquence de choix délibérés et de partis pris formels affirmés, ces manquements pouvaient devenir une marque de distinction. Tel fut, probablement, le gain escompté par M/M.

Détournement de la commande

Les options typographiques du livre ne privilégient pas, loin s'en faut, le confort de lecture ; mais le caractère souvent incriminé a été créé par M/M pour l'occasion, et cette police baroque assure à l'objet une indéniable singularité éditoriale. L'ordre dans lequel les œuvres se voient reproduites ne laisse deviner aucune structure au sein de l'ouvrage, mais ceci devient un argument pour inciter chacun à circuler librement au fil des pages. D'autre part, l'ensemble apparaît rythmé par l'insertion répétée de documents imprimés conservés par le musée et rarement pris en compte. Prêchant en quelque sorte pour leur chapelle, les graphistes opèrent ainsi une ouverture sur un champ trop négligé par les conventions muséales ; en mettant l'accent sur le fait que de nombreux livres figurent déjà dans la collection, ils suggèrent aussi très clairement que le catalogue lui-même aspire à une conservation identique. Le traitement du titre de l'ouvrage en couverture, sous les allures d'un cartel, confirme cette ambition. Amzalag et Augustyniak l'évoquent du reste dans un entretien où ils insistent sur « l'acte artistique » que représente pour eux ce travail de mise en page – affirmation étayée sans vergogne par une comparaison avec la « proposition de collection » que constitue la *Boîte en valise* de Duchamp (4).

Un compte rendu paru quelques mois après la sortie du catalogue démontre à merveille comment les graphistes tirent leur épingle du jeu en obligeant tout lecteur, devant cet objet singulier, à résoudre en leur faveur un paradoxe : l'auteur de ce texte, vivement déçu par *une Histoire matérielle*, dont il dénonce la superficialité, l'absence de point de vue et la soumission au modèle du « cahier de tendances », parle néanmoins d'un « travail artis-

M/M: Designs on Art

■ Graphic artists and the other kind don't usually work well together. Mathias Augustyniak and Michaël Amzalag, who for the past decade have practiced together under the name M/M Graph-

ics Workshop, may constitute an exception to that rule. They are much appreciated by certain exhibition curators and museum directors who have relied on them for their catalogues and



Papier mural. 2000-2001. Mural paper



«20°/Mnam/Collections. Une histoire matérielle». Couverture et conception graphique par M/M. Paris, Centre Pompidou. 2000. *The new Pompidou Center "catalogue" designed by M/M*

tique en soi», et «d'une œuvre à part entière des graphistes M/M» (5). Autrement dit, Amzalag et Augustyniak ont su doter cet ouvrage, à travers un fin réseau d'astuces significatives, de l'aura nécessaire afin que de légitimes reproches – graphisme inadapté ou déviance éditoriale – se transforment en termes de reconnaissance artistique.

Occupation du terrain

Appelés à contribution par Gonzalez-Foerster, Huyghe et Parreno afin de prendre en charge des aspects périphériques de leur production, Augustyniak et Amzalag ont réagi de telle sorte que ces supports – affiches ou génériques de film – en principe secondaires, acquièrent une autonomie et une valeur signalétique prévalant sur les objets qu'ils accompagnent. Des objets en l'occurrence soumis aux aléas de la technique et aux contraintes de la projection, aux côtés desquels une affiche ou une photographie recueillent le bénéfice d'une visibilité constante et d'une stabilité matérielle fiable

(phénomène accentué par un dispositif plusieurs fois reconduit de posters tous identiques juxtaposés sur un ou plusieurs murs d'une salle de musée ou de galerie, à la façon d'un papier peint).

La conception même de ces images, emblèmes voués à la démultiplication médiatique, leur garantit une fréquence et une qualité de reproduction supérieure à celle des œuvres dont elles assurent la représentation. Chaque fois qu'un article s'écrit ou qu'une exposition se tient sur l'un des trois artistes en question, une image de M/M est susceptible d'apparaître. Pareille conquête du terrain ne pourrait évidemment s'accomplir sans la connivence des commanditaires. D'autre part, le topos moderne du déplacement de l'investissement artistique dans les marges de l'œuvre facilite également ce glissement du travail de M/M, qui franchit insensiblement la distance séparant les catégories, du mineur au majeur, du design à l'art.

Si les manières de cancre qu'ils affectent souvent dans leur production suggèrent une

rupture avec les grands courants graphiques du 20^e siècle, Amzalag et Augustyniak poursuivent néanmoins les buts d'un Moholy-Nagy à travers l'ambition d'un métier qui tendrait vers l'intégration (voire ici l'annexion) plutôt que la spécialisation. Mais ces visées conquérantes, pour conserver leur validité, doivent rester discrètes : M/M avance masqué.

L'un des commentaires fréquemment portés sur ces graphistes, à commencer par celui qu'eux-mêmes propagent, consiste à affirmer qu'ils n'auraient pas de style. Pas de signature spécifique. Comme s'il leur fallait absolument démentir, afin de cacher leur jeu, ce que toute observation attentive de leur travail oblige à relever : des caractéristiques flagrantes, des choix plastiques évidents. Des enjeux importants semblent attachés à certains traits distinctifs : c'est le cas, en particulier, du remploi iconographique à l'intérieur de leur production (une même image reprise pour des clients différents), le cas également de l'artifice que constituent les taches récurrentes, dégoûlades et tracés baveux.

Camouflage

En utilisant successivement une photographie comme affiche pour le Théâtre de Lorient et comme couverture de la revue *Documents*, ou encore en plaçant la même poupée de crin alternativement dans les bras de Björk et au centre d'une annonce pour *le Malade imaginaire*, les directeurs artistiques s'affirment non pas comme des pourvoyeurs d'identité mercenaires, mais comme les détenteurs d'un capital dont ils acceptent de céder momentanément quelques fragments, sans jamais consentir la moindre exclusivité. Or l'explication par eux proposée, selon laquelle il s'agirait là d'une application de la vertu migratoire des images, détourne l'attention de l'essentiel : l'affirmation auctoriale qui résulte de ce geste.

Quant à la tache, M/M n'en ignore pas la valeur de paradigme pour le travail du dessin ou la discipline picturale. Derrière le pied-de-nez cabotin qu'adressent aux canons du design moderne les flammes sombres et les éclaboussures informes maculant leurs images, se tient à peine caché un vœu d'inspiration et l'espoir d'un destin artistique. On y devine aussi les options éclectiques retenues en matière d'héritage plastique et les motivations qui ont pu déterminer celles-ci. Les affiches réalisées pour accompagner les films que leurs amis artistes consacrent à l'héroïne Ann Lee (figure issue des mangas dont Huyghe et Parreno ont acheté les droits en vue d'appropriations diverses) illustrent bien le pari de M/M : l'humaine maladresse du dessin et la matérialité de l'encre ou de la peinture, jouées contre la vacuité numérique de Ann Lee, la présence de l'image imprimée contre l'évanescence de l'image lumineuse. On ne saurait prédire si Augustyniak et Amzalag gagneront la partie, mais assurément la

visual identity conceptualizations, and fairly regularly for a number of years now they have worked with a group of artists. In particular, M/M is associated with the Pierre Huyghe, Philippe Parreno and Dominique Gonzalez-Foerster by virtue of their numerous exhibition posters. The wall credits, a kind of giant information card for the collective film *About*, shown during the 1999 Venice Biennale, was one of the first concrete contributions made by these graphic designers to the presentation of the work of the three artists.

If the artistic quality of Amzalag and Augustyniak's work merits debate, their success in adapting to the art world seems undeniable, as attested, for example, by their recent appearance in *Artforum*.⁽¹⁾ It would seem that the originality of their approach stems from their skillful accommodation to whatever it takes to reach their objective, i.e., to achieve artist status. Unlike many of their fellow alumni of applied arts schools, they have grasped what's up in contemporary art and know how to adjust their attitude in consequence when a project—a magazine, film or exhibition—requires their collaboration. In a word, their approach has proved effective, and it is exactly this conscious strategy that must be examined in order to understand how they attempt to implement the plan they have set for themselves—not so much through design as tactics.

Constructing an Identity

As art directors for couturiers and music stars—such as Yohji Yamamoto and Björk, to name just two—they have acquired a prominence few graphic artists enjoy. Press write-ups by some journalists attracted to their widely-available work furthered the construction of their identity. The discourse conveyed in these articles is notable for the way in which these designers define themselves in opposition to today's accepted graphic practices. In the service of their cause, Augustyniak and Amzalag never flinched at delivering up all sorts of clichés about what is supposedly wrong with the French graphic arts scene. Appealing to the anti-French prejudices of the mainly English-language trade press, they basically offered Anglo-American pundits reason to hope that France (considered a sort of Third World of Western graphics) was finally hitching its wagon to the G7 nations, thanks to these two young men who were thus pictured as pioneers of a new era.

Once they won this market niche, Amzalag and Augustyniak set about sculpting their image, bit by bit. They often protested that the terms graphic artist and designer were unsuitable to describe them and cultivated a reputation for arrogance and intransigence in keeping with the profile they sought to establish as creative artists whose will must be done.⁽²⁾ Sometimes they put their foot in it: "We respect the work of artists, but we're laying odds that what we do is, in a certain way, more relevant than what they are doing."⁽³⁾

Taking the Ball and Running With It

Une Histoire matérielle, the voluminous and almost exclusively photographic catalogue of the collections of the Musée National d'Art Moderne at the Pompidou Center, bears witness to the way in which M/M can turn a commission into something different than what was intended. When it came out at the end of 1999 the book caused a stir because it was such a departure from what catalogues are usually for, i.e. to provide information about a collection and permit people to see what artworks are included in it, identifying them and contextualizing them within the overall corpus of the collection and by implication the museum's particular approach. The designers of this catalogue exposed themselves to the most virulent criticism by seriously failing to live up to readers' expectations. But if taken as the consequence of deliberate choices and reasoned formal options, such failures could be considered a mark of distinction. This was probably what M/M were banking on.

The typography in this book seems almost deliberately chosen for the reader's discomfort, but the offending font was specifically designed by M/M for this occasion. The baroque letters certainly confer a distinctive look on the texts. Further, the order in which the artworks are reproduced is apparently without rhyme or reason, but this seems to be meant to encourage readers to leaf freely through the pages. At the same time the whole thing seems structured by the repetitive insertion of printed documents held by the museum and rarely given much attention. In a rather self-serving way, M/M bring up a field too often neglected by museums, but in fact this reference to the many books already included in the museum's holdings is obviously meant to suggest that this catalogue also aspires to that kind of venerability. This is confirmed by the cover treatment of the catalogue's title, given in the style of a museum artwork label.

Amzalag and Augustyniak allude to this aspiration in the course of an interview where they emphasize that their layout represents an "artistic act," a claim shamelessly backed up by comparing it with the "proposal for a collection" constituted by Duchamp's *Boîte en valise*.⁽⁴⁾

Taking Over

A review that appeared a few months after the publication of the catalogue demonstrates perfectly how the duo come out ahead every time by obliging the reader presented with this unique object to resolve a paradox in their favor. The critic, very disappointed by *Une Histoire matérielle*, which he decries as superficial, lacking its own viewpoint and a servile imitation of the "trend books" sold to the rag trade, nevertheless speaks of "artistic work as such" and the "art, in the full sense of the term, produced by the graphic designers M/M."⁽⁵⁾ In other words, by using a well-woven web of meaningfully clever little tricks, Amzalag and Augustyniak were able

to procure the necessary aura for this catalogue so that the legitimate criticisms leveled against it—for inappropriate layout and editorial perversity—were transformed into recognition of its artistic value.

When asked by Gonzalez-Foerster, Huyghe and Parreno to take responsibility for certain peripheral aspects of their production, Augustyniak and Amzalag reacted in such a way that their supposedly secondary elements (posters, film credits) acquired an autonomy and signage value that overshadowed the objects they were supposed to accompany. In this particular case, exactly because these objects are subject to technical contingencies and projection constraints, the posters and photographs that go with them reap the benefits of constant visibility and material stability, a phenomenon accentuated by the technique used over and over again of more or less wall-papering museum and gallery rooms with rows of identical posters.

The very conception of these images meant to be gobbled up as Icons-Ready-to-Reproduce by the media guarantees that they will be seen more often and to greater advantage than the artworks they are supposed to tout. Every time someone writes an article about one of these three artists or they are featured in an exhibition, we are likely to see visuals by M/M.

Obviously such a takeover could not have happened without the complicity of those who commission M/M. Furthermore, today's tendency to shift art investments to the regions beyond the artwork itself also facilitates M/M's smuggling as they quietly slip across the borders between categories, from major to minor and from design to art.

Despite the deliberate dumbness they often



«Le malade imaginaire ou le silence de Molière». Affiche et photo. 1999. Spectacle de Arthur Nauzyciel, CDDB, théâtre de Lorient. Poster for a Molière play, Brittany

question essentielle tient dans l'épreuve ultime à laquelle ils s'exposent désormais : celle de l'évaluation esthétique. ■

(1) Daniel Birnbaum, «Gilles and Them», *Artforum*, janvier 2001, p. 29.

(2) Voir Manuel Joseph, «Cash Money Brothers», *Signes*, n° 12, septembre 1994, p. 58-63, et Éric Troncy, «M/M = créativité2», *Numéro*, n° 20, février 2001, p. 74.

(3) Entretien avec Lionel Bovier, «Design in the expanded field», catalogue de la Biennale de Berlin, Ostfildern, Cantz, 1998, p. 88-92 (repris dans *Produits d'entretien*, n° 0, 2000, p. 9-26, magazine inséré dans *Documents*, n° 12, 2000).

(4) Entretien avec Fabrice Hergott, alors conservateur au Musée national d'art moderne et directeur de l'ouvrage, et Armelle Lemonnier, consultable sur le site Internet des graphistes (<http://www.mmparis.com>), s.d.

(5) Éric de Chassey dans *Critique d'art*, n°15, printemps 2000.

Collaborations récentes

2001 *Mille neuf cent septante six*, Maison européenne de la photographie, Paris, avec Inez van Lamsweerde et Vinoodh Matadin, «Ann Lee in Anzen Zone», Galerie Jennifer Flay, Paris, avec D. Gonzalez-Foerster, «Even More Real Than You», Marian Goodman Gallery, New York, avec P. Huyghe. 2000 *Au delà du spectacle*, Centre Pompidou, Paris, avec Pierre Huyghe et Philippe Parreno, *Vivre sa vie*, Tramway, Glasgow, avec Pierre Huyghe et Philippe Parreno. Mathias Augustyniak et Michaël Amzalag réalisent actuellement un vidéo-clip pour Björk avec Inez van Lamsweerde et Vinoodh Matadin et conçoivent un projet de café-restaurant pour Thierry Costes à Paris avec Pierre Huyghe et Philippe Parreno.

Catherine de Smet est consultante. Elle écrit régulièrement sur le design graphique en relation avec l'art ou l'architecture et termine un doctorat d'histoire de l'art sur les livres de Le Corbusier. En tant qu'éditeur, elle a notamment publié, à l'enseignement du Centre d'art imprimé (Paris), *Lumières* de Jean-Marc Bustamante et neuf installations de Jessica Stockholder.

affect in their work, meant to suggest a rupture with the great graphic schools of the twentieth century, Amzalag and Augustyniak are in fact pursuing the goals put forward by Moholy-Nagy in giving the profession an ambition that tends more toward integration (and even annexation) than specialization. But to retain their validity, these dreams of conquest must remain unspoken. M/M are quite discreet in this regard.

Camouflage

One comment frequently made about these two men (and often repeated by them) is that they have no style. No specific signature. As if in order to hide what they are really up to, they had to deny what any attentive observation of their work necessarily reveals: its flagrantly distinctive traits and obvious aesthetic choices. Certain of them seem to be very meaningful – for instance, the frequent iconographic recycling of images in their work as a whole (the same images are borrowed over and over again for different clients). This is also true of a favorite artifice, the use of recurrent stains, drips and dribbles.

By using the same photo first for a poster for the Théâtre de Lorient and then for the cover of the magazine *Documents*, or placing the same old-fashioned stuffed doll alternately in the arms of Björk and at the center of an ad for Molière's *La Malade imaginaire*, these two art directors are claiming that instead of being mere mercenary identity salesmen they are the owners of a capital. They may momentarily agree to lend a small part of it but, of course, they never cede exclusive rights. The explanation they offer, that this has to do with the migratory value of images, distracts attention from the essential point here, that this practice amounts to staking a claim for the status of author.

As regards their proclivity for spots and marks, M/M are certainly aware of their paradigmatic value in drawing and painting. More than just an affected kick in the teeth to the canons of modern design, the dark blotches and abstract splatters that stain their work are barely-hidden emblems of inspiration and a sign of their hope to be taken as real artists. The same applies to their eclectic selections from the history of painting and the motivations behind them. The posters they did for the films by their artist friends featuring Ann-Lee (a character taken from Japanese manga—Huyghe and Parreno bought the rights with a view to various appropriations) amount to an object lesson in the M/M game: the all-too-human clumsiness of the drawing and the materiality of the ink and paint contrast nicely with Ms. Lee's digital vacuousness, as does the evanescence of the luminous image with the printed version.

Whether or not Augustyniak and Amzalag will win this game cannot be predicted, but surely the essential question arises from the ultimate criterion to which they have now made themselves answerable: aesthetic evaluation. ■

Translation, L-S Torgoff

(1) Daniel Birnbaum, «Gilles and Them», *Artforum*, January 2001, p. 29. The pair are also referred to in connection with Philippe Parreno (see the May issue).

(2) See Manuel Joseph, «Cash Money Brothers», *Signes*, no. 12 (September 1994), pp. 58-63. Also Eric Troncy, «M/M = créativité2», *Numéro*, no. 20 (February 2001), p. 74.

(3) Interview with Lionel Bovier, «Design in the Expanded Field», catalogue of the Berlin Biennale, (Ostfildern: Cantz, 1998), pp. 88-92 (reprinted in *Produits d'entretien*, no. 0 (2000), pp. 9-26, magazine inserted in *Documents*, no. 12 (2000).

(4) Interview with Fabrice Hergott, curator of the Musée National d'Art Moderne and editor of the catalogue, by Armelle Lemonnier, accessible on the M/M home page: mmparis.com. (No date.)

(5) Eric de Chassey in *Critique d'art*, no. 15 (spring 2000), p. 115.

M/M: Recent Collaborations

2001 *Mille neuf cent septante six*, Maison Européenne de la Photographie, Paris, with Inez van Lamsweerde and Vinoodh Matadin; *Ann-Lee in Anzen Zone*, Gal. Jennifer Flay, Paris, with D. Gonzalez-Foerster; *Even More Real Than You*, Marian Goodman Gal., NYC, with P. Huyghe. 2000 *Au delà du spectacle*, Pompidou Center; *Vivre sa vie*, Tramway, Glasgow. Both with Huyghe and Parreno. Augustyniak and Amzalag are making a video for Björk with Van Lamsweerde and Matadin and designing a Paris café-restaurant for Thierry Costes with Huyghe and Parreno.

Catherine de Smet is a consultant. She writes on graphic design in relation to art and architecture and is completing a thesis on the books of Le Corbusier. As a publisher, working with the Centre d'Art Imprimé in Paris, she has put out Jean-Marc Bustamante's *Lumières* and 9 Installations by Jessica Stockholder.



Catalogue Yohji Yamamoto, printemps-été 1999. Direction artistique et illustration par M/M. Photographie : Inez van Lamsweerde & Vinoodh Matadin. A Yamamoto catalogue (spring-summer 1999) art-directed by M/M