

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

COMMUNICATION ACCOMPAGNANT L'OEUVRE

PRÉSENTÉE À

L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À CHICOUTIMI

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN ARTS PLASTIQUES

PAR

MICHELLE LAFOREST

UN PORTRAIT SOCIÉTAL ET CULTUREL

AOÛT 1993



Mise en garde/Advice

Afin de rendre accessible au plus grand nombre le résultat des travaux de recherche menés par ses étudiants gradués et dans l'esprit des règles qui régissent le dépôt et la diffusion des mémoires et thèses produits dans cette Institution, **l'Université du Québec à Chicoutimi (UQAC)** est fière de rendre accessible une version complète et gratuite de cette œuvre.

Motivated by a desire to make the results of its graduate students' research accessible to all, and in accordance with the rules governing the acceptance and diffusion of dissertations and theses in this Institution, the **Université du Québec à Chicoutimi (UQAC)** is proud to make a complete version of this work available at no cost to the reader.

L'auteur conserve néanmoins la propriété du droit d'auteur qui protège ce mémoire ou cette thèse. Ni le mémoire ou la thèse ni des extraits substantiels de ceux-ci ne peuvent être imprimés ou autrement reproduits sans son autorisation.

The author retains ownership of the copyright of this dissertation or thesis. Neither the dissertation or thesis, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

Ce travail de recherche a été réalisé
à l'Université du Québec à Chicoutimi
dans le cadre du programme de maîtrise en arts plastiques
de l'Université du Québec à Montréal à l'UQAC.

La forme masculine utilisée dans ce document
s'adresse autant aux femmes qu'aux hommes.

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier pour leurs précieuses collaborations lors de la réalisation de cette démarche artistique:

- Mon directeur de recherche, Monsieur Denis Langlois qui a su orienter ma démarche artistique.
- Madame Jany Gagné qui a, à quelques reprises, questionné ma démarche me permettant ainsi de préciser des nuances dans mon cheminement.
- Mon compagnon de vie, Jean-Yves et mes deux fils William et Warren qui ont su m'apporter toute l'affection, l'attention et la patience dont j'avais besoin lors de la réalisation de ce grand projet.

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements	I
Table des matières	II
Liste des figures	III
Liste des oeuvres	IV
Note au lecteur	V
Résumé de ma démarche	VI
Avant-propos	VII
Chapitre I Les balises de mon intervention artistique	
1.1 L'art	17
1.1.1 L'art référentiel	17
1.1.2 L'art expressif	18
1.1.3 L'art référentiel et expressif	20
1.1.4 Tableau synergétique entre l'art référentiel et l'art expressif	22
1.1.5 Ma proposition artistique dans ces différents concepts	23
1.2 La communication	24

1.2.1 L'art dans la communication référentielle	24
1.2.2 L'art dans la communication expressive	26
1.2.3 L'art dans la communication référentielle et expressive	27
1.2.4 Tableau synergétique de la présence de l'art dans la communication	29
1.2.5 Ma proposition artistique dans ces différents concepts	30
1.3 L'analogie entre l'art et la communication	32
Chapitre II Les références de mon intervention artistique	37
2.1 Les artistes inscrits dans ce phénomène de communication	38
2.1.1 Marcel Duchamp	38
2.1.2 Andy Warhol	47
2.1.3 Hans Haacke	51
2.2 Évaluation qualitative entre les convergences de ces trois approches artistiques	60
2.3 Positionnement des trois interventions artistiques dans le tableau analogique de l'art et de la communication	64
Chapitre III. La confrontation de mes oeuvres	68
3.1 Les nouveaux fondements de mon intervention artistique	69

3.2 La confrontation de l'artiste et son oeuvre	72
3.2.1 Oeuvre Loto-Québec " La société: Un rêve... rêvant d'être. "	72
3.2.1.1 Fiche technique	72
3.2.1.2 Présentation de l'oeuvre	72
3.2.1.3 Les fondements de l'oeuvre	73
3.2.1.4 Pouvoir de l'oeuvre	76
3.2.1.5 Échéancier de production	79
3.2.1.6 La présentation de l'oeuvre	83
3.2.1.7 La réaction et l'évaluation de l'oeuvre	96
 3.3 L'art sociétal: Une finalité en soi	 104
 Conclusion	 106
 Bibliographie	 110
 Annexe A: Cahier complémentaire présentant les oeuvres antérieurs et s'inscrivant dans l'évolution de ma démarche artistique	

Liste des figures	page
Figure I: L'art référentiel	17
Figure II: L'art expressif	19
Figure III: L'art référentiel et expressif	21
Figure IV: Le tableau synergétique entre l'art référentiel et expressif	22
Figure V: L'art dans la communication référentielle	25
Figure VI: L'art dans la communication expressive	26
Figure VII: L'art dans la communication référentielle et expressive	28
Figure VIII: Le tableau synergétique de l'art dans la communication référentielle et expressive	29
Figure IX: Parallèle entre l'art et la communication	33
Figure X: Tableau analogique de l'art et de la communication	35
Figure XI: Évaluation qualitative entre les convergences de ces trois approches	63
Figure XII: Tableau analogique de l'art et de la communication	65
Figure XIII: Tryptique: "La société: Un rêve... rêvant d'être."	89
Figure XIV: Évaluation qualitative de mon intervention artistique en rapport avec trois approches artistiques différentes	109

Liste des oeuvres	page
Oeuvre 1: Marc-Aurèle Fortin, " Arbre à Ste-Rose ", 1923.	18
Oeuvre 2: Paul-Émile Borduas, " Fragment d'armure ", 1957.	20
Oeuvre 3: Betty Goodwin, sans titre (black screen series) , 1990.	21
Oeuvre 4: Michelle Laforest, " Lumière des obsessions ", in Memoriam, 1991.	23
Oeuvre 5: Toulouse Lautrec, "Le café concert ", 1892.	25
Oeuvre 6: Andy Warhol, " Deux cents boîtes de soupe Campbell's ", 1962.	27
Oeuvre 7: "Oeuvre de communication" McDo, affiche, 1988.	28
Oeuvre 8: Michelle Laforest, " Qui êtes-vous vraiment? ", 1992.	31
Oeuvre 9: Marcel Duchamp, " Fontaine ", 1964, (3 ^e version).	46
Oeuvre 10: Andy Warhol, " Dix liz ", 1963.	50
Oeuvre 11: Hans Haacke, " Voici Alcan", 1983.	57, 58, 59
Oeuvre 12 A: Michelle Laforest, (1), " LA SOCIÉTÉ:", 1993.	91
Oeuvre 12 B: Michelle Laforest, (2), " UN RÊVE...", 1993.	92
Oeuvre 12 C: Michelle Laforest, (3), " RÊVANT D'ÊTRE.", 1993.	93

Note au lecteur

Ce travail de réflexion et de mise en forme de ma pratique artistique a été réalisé d'après l'**expérience** et l'**intuition** du renouveau.

Étant donné que ce travail est d'abord basé sur l'**expérience**, j'ai donc réalisé une analyse personnelle de trois démarches artistiques qui ont marqué différents champs de l'art et qui, selon moi, influence encore de nouvelles formes d'expressions artistiques. La démarche de ces trois artistes étant les fondements de mes nouvelles expériences, j'ai donc dû les introduire à l'intérieur de cette communication afin de faciliter la compréhension de mon cheminement personnel.

Ensuite, l'**intuition** m'a amené à tirer des réflexions personnelles répondant ainsi à des questions longtemps posées. Face au cheminement lors de cette réflexion, d'importants changements sont survenus dans mes propres essais. Dorénavant, je désire, à titre d'artiste, conserver en mémoire "**le portrait d'une société**", une trace de son passage et ce, en signe d'artéfact de la société.

Devant ce contexte, le lecteur devra comprendre que j'ai voulu être à la fois la plus précise et la plus concise possible. Alors, je vous demande d'être indulgent face à ma logique historique et à la longueur des prémises de ma réflexion si importante soit-elle.

Résumé de ma démarche

La présente communication artistique intitulée "un portrait sociétal et culturel" présente tout l'apport que peut constituer l'héritage de la société contemporaine et ce, pour la richesse d'une culture.

Avant d'entreprendre cette démarche, mes interventions artistiques se situaient davantage au niveau rétinien. Tout était référentiel et expressif, c'est-à-dire que je m'appliquais à créer des images et à exprimer mes émotions. Cependant, la vie m'ayant amené à travailler dans le monde des communications à titre de communicatrice / graphiste, je me suis posée plusieurs questions, à savoir s'il pouvait exister des moyens autres pour faire de l'art? Je me demandais s'il était possible de faire de l'art en empruntant comme médium des outils propres au monde des communications. C'est à partir de ces interrogations que mon travail de recherche a débuté.

Cependant, tout au long de cette recherche, ma démarche a évolué modifiant ainsi mes interrogations du départ. Je me suis aperçue qu'en substituant le pinceau à l'ordinateur c'est-à-dire, qu'en utilisant les outils de communication comme médium, je refaisais en quelque sorte le même cheminement qu'avait poursuivi l'art dans son évolution historique. Cette constatation ne me satisfaisait pas suffisamment puisqu'il y avait selon moi, beaucoup plus à découvrir et à créer dans le pouvoir que la communication pouvait apporter à l'art.

Avant-propos

Aujourd'hui l'**art** est-il un phénomène de communication? La **communication** est-elle issue d'un phénomène de l'art?

Existe-t-il entre l'art et la communication une jonction où, l'art devient une pure communication et où, la communication devient purement de l'art? Où se trouve les possibilités de jumelage, de symbiose, d'association entre ces deux pratiques? Par quel moyen pouvons-nous présenter l'expression de notre ère dite de "communication" et par quel moyen pouvons-nous représenter et voir les nouveaux mouvements de l'art qui doivent témoigner de notre société en changement? C'est à partir de cette suite logique de questionnements que j'ai posé ma problématique.

Ainsi, cette étude tend à démontrer que la communication devient de plus en plus un phénomène qui tend vers l'art et que, certains champs de l'art se transforment de plus en plus en véritable communication.

Le défi de mes créations actuelles et futures consiste à utiliser les communications, de les présenter dans un contexte de l'art et faire en sorte que les communications puissent dans ce sens, s'adresser, tout comme le fait l'art, à l'intelligence sensible jumelant ainsi l'esthétisme, le message et l'émotion.

Ainsi, ce nouveau questionnement m'a amené à vouloir connaître l'intersection possible entre l'art et la communication, afin de savoir s'il pouvait exister une cohabitation entre le monde de l'art et le monde des communications. Est-ce que les pouvoirs de l'art peuvent être au service des communications et est-ce que les communications peuvent être au service de l'art?

Dans ce cheminement, j'ai pris conscience que la **communication** ne pouvait remplacer l'art puisque l'art constitue un besoin individuel. En fait, l'histoire nous démontre que l'art sert de témoin et ce, à titre de mémoire d'un individu par rapport à sa génération. L'art constitue en quelque sorte un **artéfact pour notre société** et il est important de lui conserver cette vocation. Cependant, si l'art pris dans son ensemble, constitue un témoignage pour caractériser une société, comment dans le monde d'aujourd'hui pouvons-nous présenter l'art afin qu'il puisse exercer cette fonction de mémoire et exercer son pouvoir de communication pour sa génération? En définitive, je suggère de prendre l'art comme un **phénomène social** au lieu de "rivaliser" avec les artistes qui nous ont précédé.

Ainsi, le résultat de ma démarche présente les possibilités d'utiliser le pouvoir de l'art et le pouvoir de la communication et ce, afin de créer des oeuvres dans un nouveau contexte artistique où, l'art sociétal devient une **finalité en soi**.

" «L'art, rétorque Dubuffet, s'adresse à l'esprit, et non pas aux yeux». Il est le jeu de l'esprit par excellence. Sa fonction est d'être «instrument de connaissance et instrument de communication». "1

1 DELACAMPAGNE, Christian, L'aventure de la peinture moderne de Cézanne à nos jours, Éditions Mengès 1988, p.107.

CHAPITRE I

Les balises de mon intervention artistique

1.1 L'art

1.1.1 L'art référentiel

Il n'y a pas si longtemps dans les régions du Québec, les artistes faisaient des oeuvres représentant des scènes quotidiennes. Cela permettait au public de s'identifier à leur milieu de vie et à l'art. Des noms comme Marc-Aurèle Fortin, Suzor Côté, Jean-Paul Lemieux ne sont sans nous laisser la nostalgie d'un art traditionnel.

Ces oeuvres ont fait et font vibrer le public par la fonction de mémoire historique, **témoin** d'une époque face à l'identification qu'elles symbolisent. Cela constitue pour nous, des oeuvres que l'on peut qualifier de référentielles.

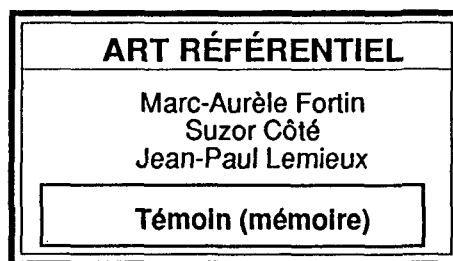
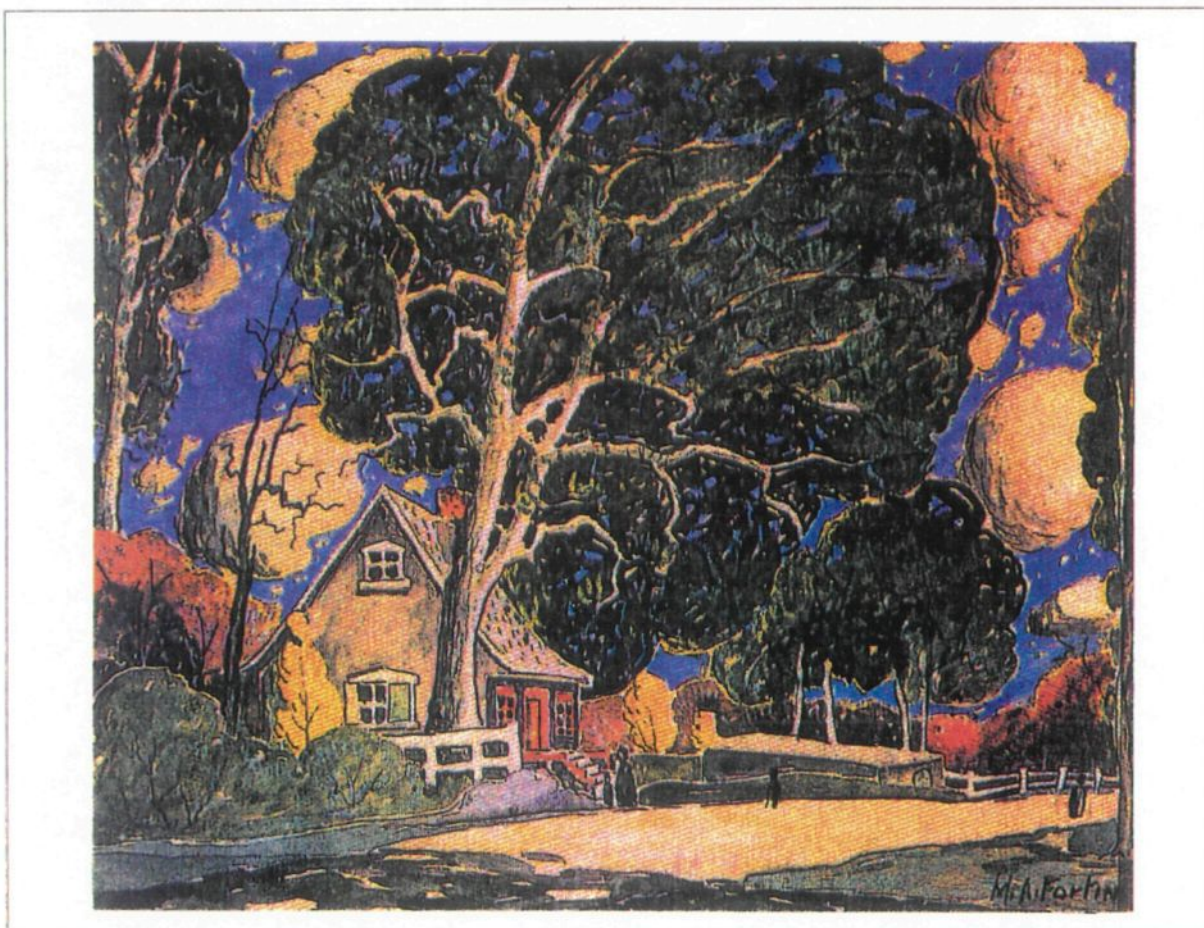


Fig.I: L'art référentiel s'adresse à la référentialité, à une personne, à une chose ou à une scène donc agit à titre de témoin.

Voici une oeuvre de Marc-Aurèle Fortin que l'on pourrait placer dans ce champ artistique:



Oeuvre 1: Marc-Aurèle Fortin, "Arbre à Ste-Rose " 1923.

1.1.2 L'art expressif

Cependant dans l'évolution des idées, l'art a changé, amenant des productions qui n'envoyaient plus nécessairement de références aux spectateurs, comme celles des peintres du passé. Nous pouvons maintenant aisément voir et comprendre par les toiles de Borduas, Fernand Leduc et Riopelle, qu'il s'agit d'oeuvres dites expressives.

Ici l'expression du corps, du geste, de l'idée de l'artiste seraient rendus à l'état brut. C'est le **témoignage** de l'artiste qui est mis à nu. Les couleurs font abstractions de référentialité face au spectateur.

Ces changements ont amené malheureusement le grand public à s'éloigner, ou plutôt, à ne plus s'investir dans cette forme d'art puisqu'il devait, pour comprendre ou s'émouvoir devant ces oeuvres d'art, connaître la démarche de l'artiste et se placer dans le contexte de l'art.

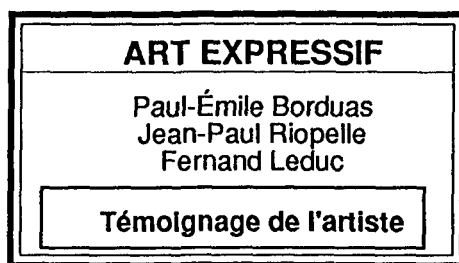
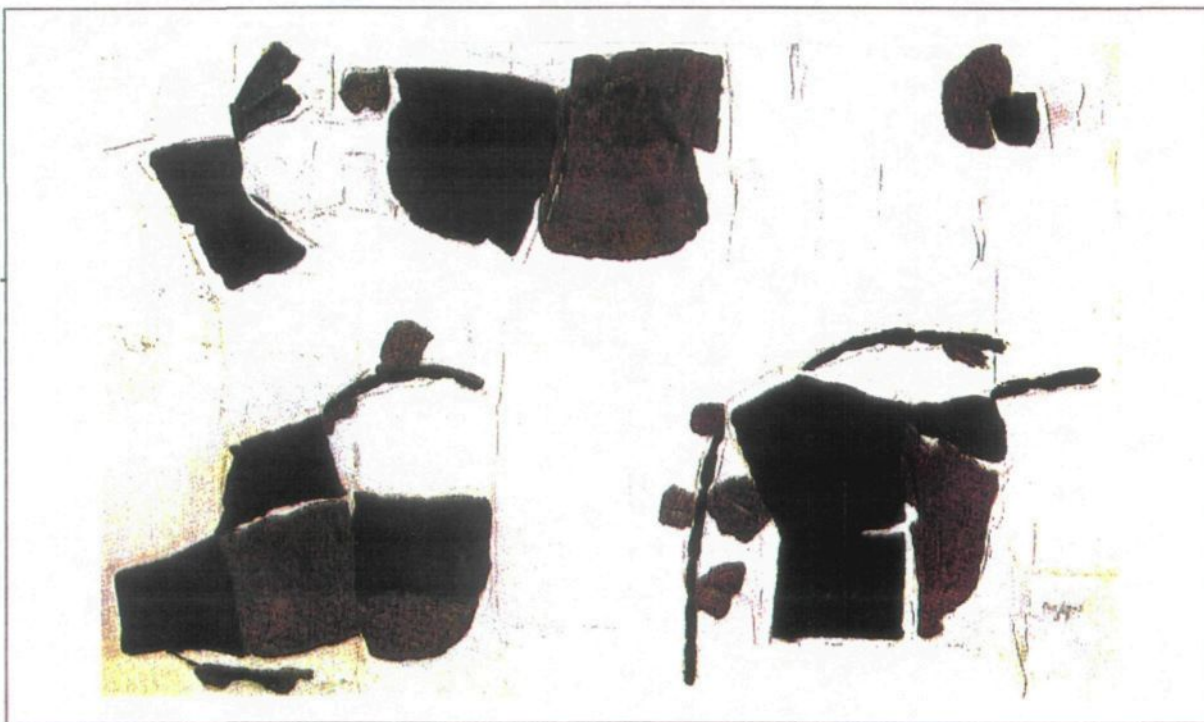


Fig.II: L'art expressif témoigne de l'émotion d'un artiste devant une personne, une chose ou une scène dont agit à titre de témoignage.

Voici une oeuvre de Paul-Émile Borduas que l'on pourrait placer dans ce champ artistique:



Oeuvre 2: Paul-Émile Borduas, "Fragment d'armure", 1957.

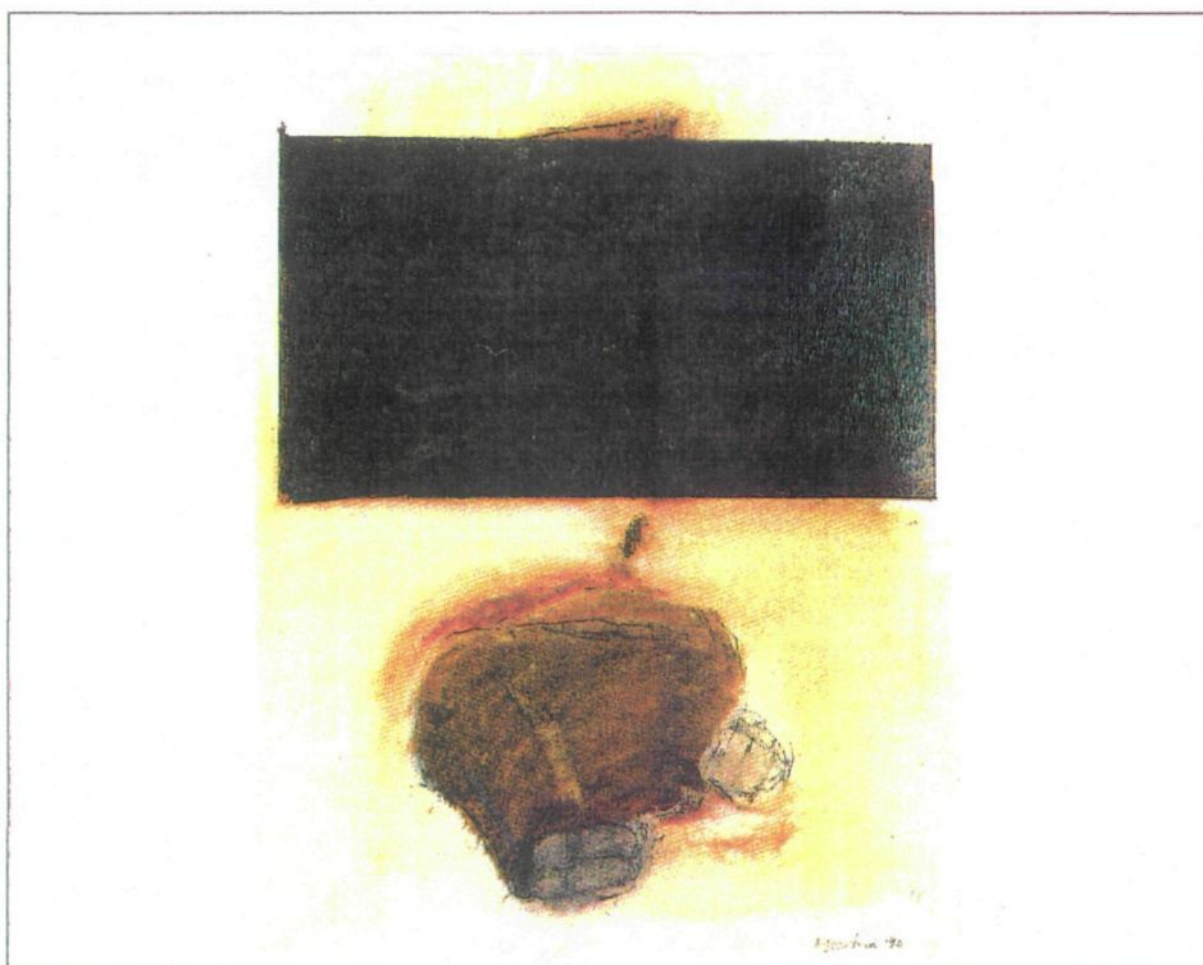
1.1.3 L'art référentiel et expressif

Aujourd'hui la jonction entre ces deux formes d'art soit, le référentiel et l'expressif, a fait évoluer l'art vers de nouvelles frontières jumelant ainsi la fonction esthétique, référentielle et expressive pour faciliter la communication entre l'artiste et le spectateur. Les peintures et dessins de l'artiste contemporain Betty Goodwin sont représentatifs de cette forme d'art et s'inscrivent dans ce champ artistique. Dans cette nouvelle approche, l'oeuvre devient à la fois le **témoin** mais aussi le **témoignage** de l'artiste puisque tous deux sont présents dans les oeuvres.

ART RÉFÉRENTIEL et EXPRESSIF
Betty Goodwin
Témoin avec témoignage de l'artiste

Fig.III: L'art référentiel et expressif
*s'adresse à la référentialité mais il
 témoigne à la fois de l'émotion de
 l'artiste devant une personne, une
 chose ou une scène.*

Pour illustrer ce type d'art, j'ai choisi de vous présenter une oeuvre de Betty Goodwin:



Oeuvre 3: Betty Goodwin, sans titre (black screen series), 1990.

1.1.4 Tableau synergétique entre l'art référentiel et l'art expressif

L'art a permis à des artistes de s'exprimer soit dans le champ de l'art référentiel et/ou dans le champ de l'art expressif. La figure IV nous présente à mon avis, la possibilité du développement spécifique à chaque champ soit: référentiel ou expressif. Cependant, elle nous démontre aussi les possibilités de développement du jumelage de deux champs créant ainsi un nouveau champ que j'appellerais l'art référentiel et expressif.

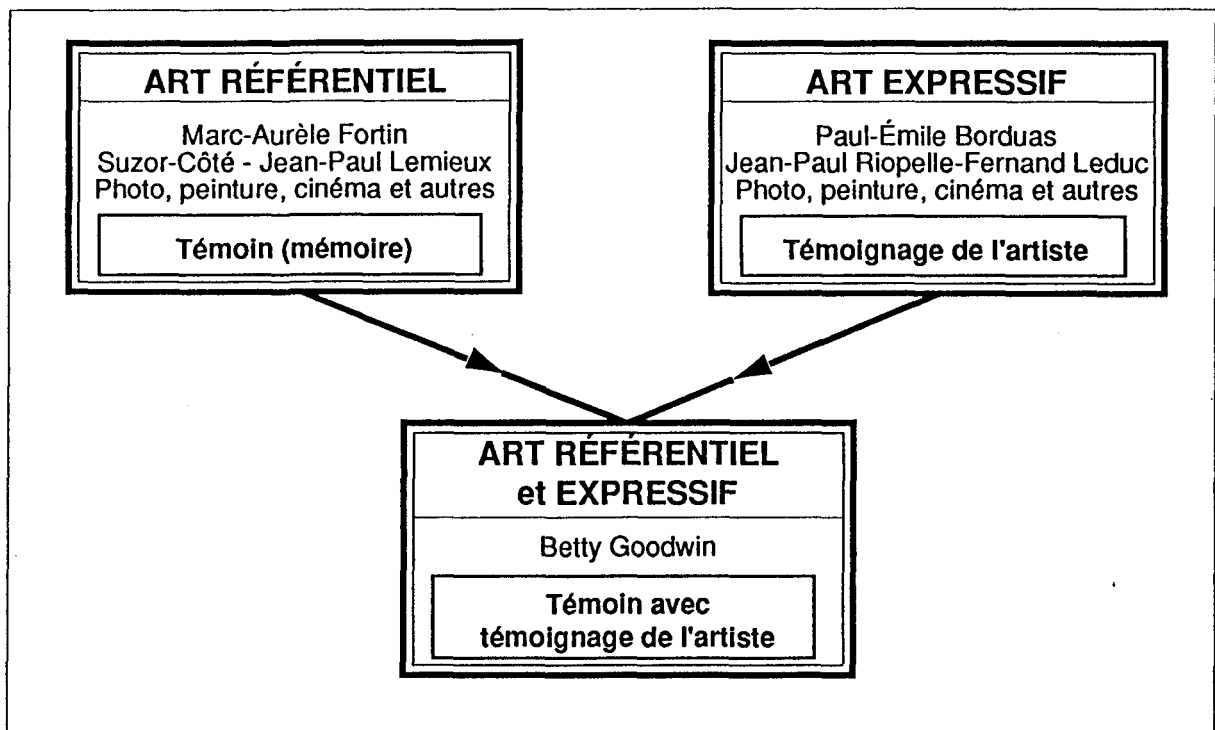


Fig. IV: Le tableau synergétique entre l'art référentiel et l'art expressif nous présente l'arrivée d'un nouveau champ de l'art à partir de la jonction de deux approches différentes mais à la fois complémentaires.

1.1.5 Ma participation artistique dans ces différents concepts

Lors de mes récentes productions, j'ai travaillé à ce que mes oeuvres s'adressent davantage à l'art référentiel et expressif et deviennent dans leurs fonctions, des **témoins** représentant le **témoignage** de l'artiste. Cependant, malgré toute la recherche et l'investissement dans mes oeuvres, j'ai pris conscience des limites de communication de cette façon de faire. Dans cette production les oeuvres se rapportaient à la fois à l'art référentiel et expressif dans lesquelles on retrouvaient différents médiums traditionnels.



Oeuvre 4: Michelle Laforest, " Lumière des obsessions ", In memoriam, 1991.

Ainsi, lors d'une exposition intitulée "In Mémoriam", présentée à la Galerie Langage Plus

à Alma en janvier 1991, je me suis aperçue que l'apport des mass média donnait une portée plus grande à mes oeuvres et présentait une réalité qui s'approchait davantage des gens, ce qui lui conférait une plus grande accessibilité. L'oeuvre parlait et présentait son message émotif avec sa fonction esthétique, mais, l'ajout de médias donnait encore plus de force et précisait la réalité de l'oeuvre. C'est à partir de ces différents constats que mon approche artistique s'est clarifiée et précisée.

1.2 La communication

1.2.1 L'art dans la communication référentiel

L'ère de la communication a habitué le public à une communication artistique instantanée, directe, sans autre message que celui ciblé par le communicateur et ce, au même titre que l'art référentiel. Ces nouvelles technologies de communication accessibles au cours des dernières années, se sont appropriées des fonctions propres à l'art.

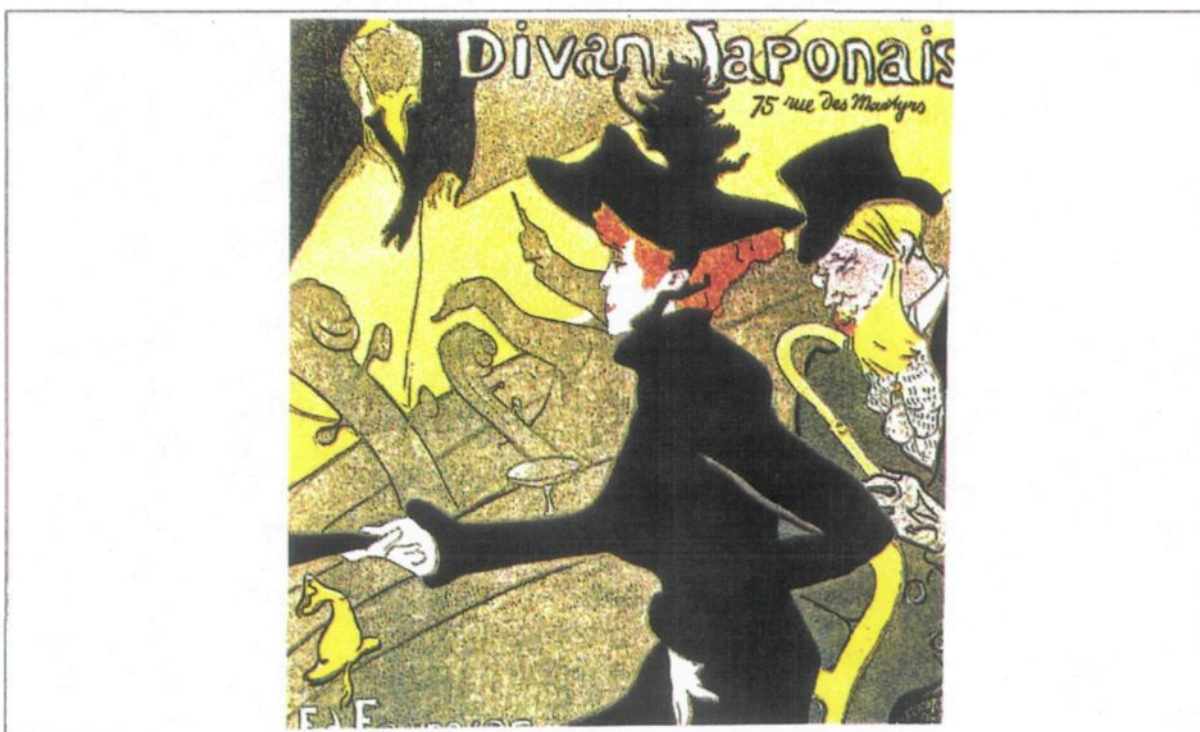
Comme dans les premières acquisitions de l'art référentiel, les techniques utilisées aujourd'hui sont capables de provoquer, de charmer le public par l'impact et la beauté des images ainsi que par la fonction de l'esthétisme du message, au même titre que les oeuvres

référentielles du passé de Marc-Aurèle Fortin et de Suzor Côté, tout en utilisant un médium différent. Tout comme dans l'art référentiel, ici l'émotion est provoquée sans que le public s'en rende compte et cela invite à une consommation instantanée de l'esthétisme référentielle dans son ensemble.



Fig.V: L'art dans la communication référentielle

Voici une affichette de Toulouse Lautrec ou l'art référentiel est utilisé à titre de communication et ce, afin de bien comprendre ce phénomène qui, a pris du temps à se développer.



Oeuvre 5: Toulouse Lautrec, "Le café concert ", 1892.

1.2.2 L'art dans la communication expressive

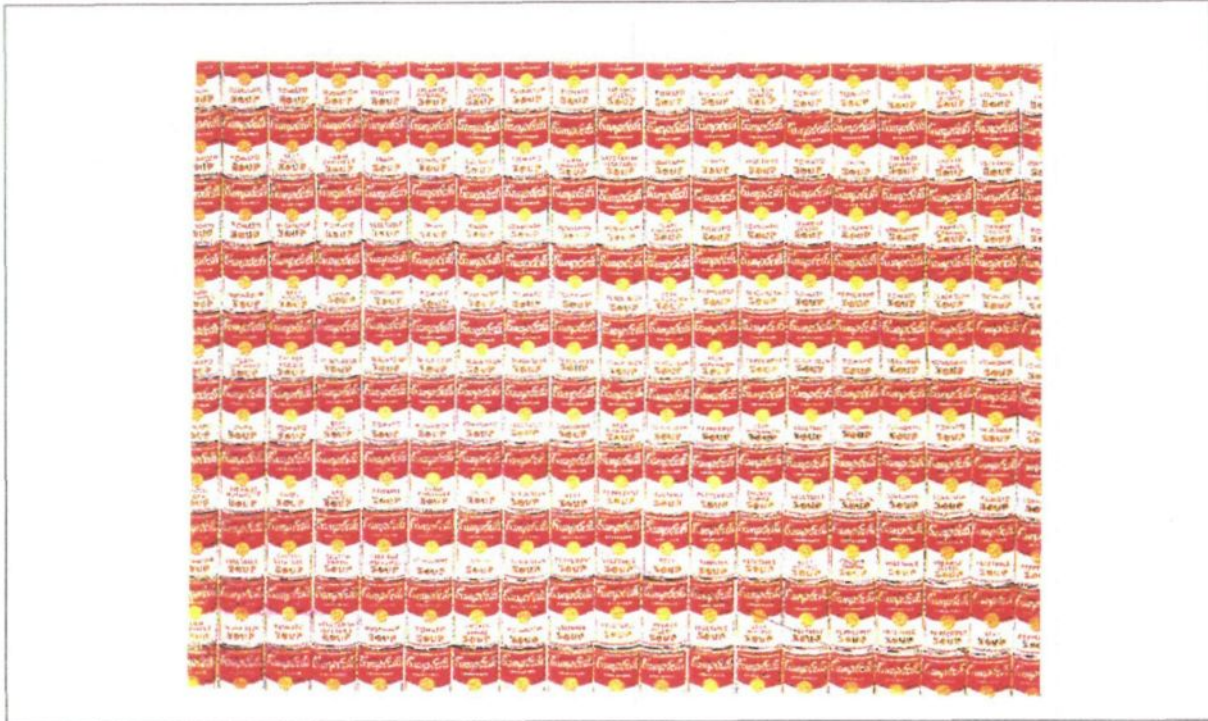
Le concept de la communication dans notre société a progressé rapidement prenant une ampleur démesurée et provoquant par la même occasion une disfonction de l'art puisqu'il est, selon moi, aisé de s'émouvoir devant la facilité, le prêt à consommer. L'art, présente dans les mass média, devient une communication faisant partie intégrante de notre vie.

Cependant, le volet de communication expressif demande une réflexion d'un niveau différent puisqu'il exige une participation intellectuelle du spectateur médiatisé dans le décodage du message. On remarque, qu'il y a ici une participation individuelle du spectateur face aux productions au même titre que dans l'art expressif de Borduas et Fernand Leduc.



Fig. VI: L'art dans la communication expressive

Voici un exemple de la progression à la fois de l'art et de la communication. Ici, est-ce l'art expressif qui est utilisé dans la communication ou la communication expressive qui est utilisé dans l'art?



Oeuvre 6: Andy Warhol, "Deux cents boîtes de soupe Campbell's", 1962.

1.2.3 L'art dans la communication référentielle et expressive

Entre l'émotion du message des médias et l'émotion du message de l'artiste, même si tous deux sont des créateurs dans leurs médiums se rapprochant de plus en plus de la fonction de l'esthétisme, il existe une différence qui se retrouve dans la consonnance de l'émotion et de sa portée.

C'est cette différence qui m'amène à jumeler ces deux concepts, artistique et communicatif, pour ainsi provoquer une participation complète, intégrale du public dans l'oeuvre.

L'évolution qu'a vécue l'art lui a proféré une toute autre vocation que celle de l'unicité de

la fonction de l'esthétisme et de la représentation car, elle lui a octroyé la fonction d'être à la fois un **témoignage** et de devenir la **mémoire** de la société.



*Fig.VII: L'art dans la communication
référentielle et expressive*

Voici un exemple où l'art est jumelé à la référentialité et à l'expression de la communication. Cette affiche minimaliste exprime, tant au niveau de l'art que de la communication, son propre message et ce, de façon complémentaire:



Oeuvre "de communication" 7: McDo. Cette affiche, conçue afin de saluer l'exposition des œuvres de Léonard de Vinci au Musée des Beaux-Arts de Montréal, s'est mérité le titre de meilleure affiche (toutes catégories) au concours OBIE 1988. Agence: Cossette Communication-Marketing.

1.2.4 Tableau synergétique de la présence de l'art dans la communication.

Dans l'histoire, les communications ont utilisé l'art pour exprimer leur message. En s'associant à l'art, les communications ont utilisé tout le pouvoir de l'esthétique pour aller chercher les émotions du regardeur. La figure VIII nous présente, l'utilisation des différentes possibilités de développement spécifique à chaque champ soit l'art dans la communication référentielle, l'art dans la communication expressive et l'art dans la communication référentielle et expressive.

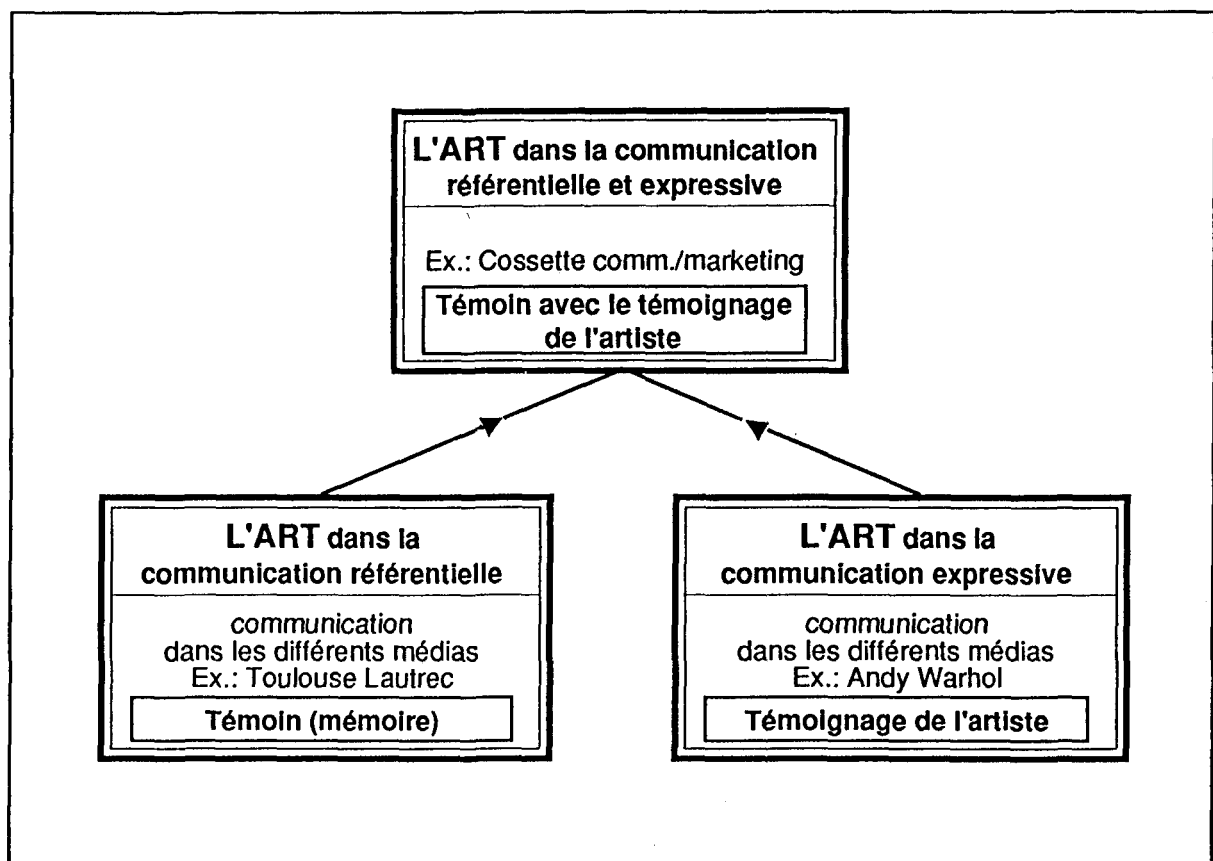


Fig.: VIII: Le tableau synergétique de l'art dans la communication référentielle et expressive. Ce tableau présente les liens qui peuvent exister avec l'art dans la communication référentielle et expressive

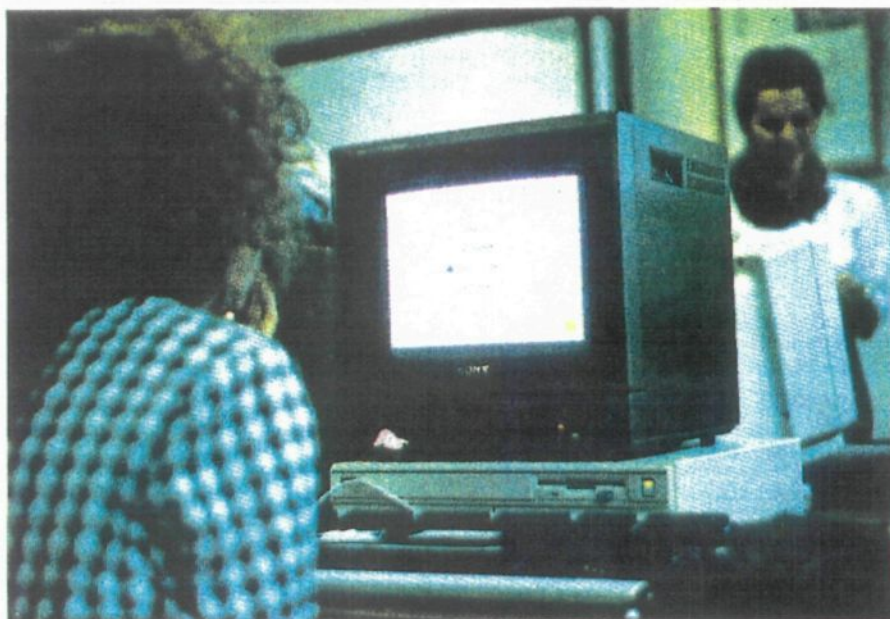
1.2.5 Ma proposition artistique dans ces concepts

Tout comme dans l'évolution de l'art, la communication a subi une progression qui l'a mené à l'utilisation de la communication, dite référentielle, à la communication de type expressive.

En tenant compte de cette évolution, j'ai réalisé des oeuvres dans un contexte de communication afin de proposer des moyens pour provoquer cette relation propre aux communications reliant l'oeuvre et le public et ce, afin que l'art puisse faire partie intégrante de la vie. Vous pourrez vous rendre compte des différentes essais d'interventions et de leur évaluation dans le cahier complémentaire présentant les oeuvres antérieures dans le champ des communications et s'inscrivant dans l'évolution de ma démarche artistique. Ce document est placé en **annexe A**.

Je vous présente tout de même un exemple d'une oeuvre réalisée dans un contexte de communication, intitulé "Qui êtes-vous vraiment?". L'oeuvre avait comme objectif d'utiliser un médium de communication pour sa fonction de représentation face à l'avancement et au changement. La problématique soulevée lors de cette exposition était de faire réagir les participants sur le changement et sur le pouvoir du changement.

L'art dans la communication est réalisé avec des moyens actuels et se présente comme des événements éphémères:



Oeuvre 8: Michelle Laforest, " Qui êtes-vous vraiment? ", 1992.

1.3 L'analogie entre l'art et la communication

Comme je viens de le démontrer dans cette analyse, qui tient plus de l'intuition que de la rigueur historique, il est plausible de dire que l'art d'aujourd'hui est un phénomène de communication et que la communication prise dans son évolution est de plus en plus un phénomène de l'art, puisqu'il existe entre l'art et la communication une synergie, une coopération et une complémentarité évidente.

Cependant, la relation entre la conception de l'art et celle de la communication ne peut se soustraire aux phénomènes de l'art contemporain qui lui est "tourné entièrement vers le communicationnel sans source esthétique". En définitive, c'est tout le champ de l'art contemporain qui s'est activé sous le régime de communication et qui en a été affecté profondément. Anne Cauquelin affirme dès lors que "la compétence communicative est reconnue comme une des premières vertus d'un citoyen responsable de va-tout à toute carrière" ¹.

Ainsi l'art et la communication ont utilisé au maximum leur pouvoir respectif, pour exprimer d'une part, le **témoignage** et d'autre part le **témoin** pour présenter la **mémoire d'une société**.

Comme vous pouvez le remarquer à la prochaine figure, lorsque l'on étudie le tableau synergétique entre l'art référentiel et l'art expressif de la *figure III* et que nous le superposons

¹ CAUQUELIN, Anne, L'art contemporain, Que sais-je?, Presses Universitaires de France, 1992, p.41.

au tableau synergétique de la présence de l'art dans la communication *de la figure VIII*, on constate que ces deux phénomènes ont évolué en respectant le même cheminement soit; en passant du référentiel à l'expressif pour s'orienter vers une nouvelle forme d'art soit le référentiel et expressif.

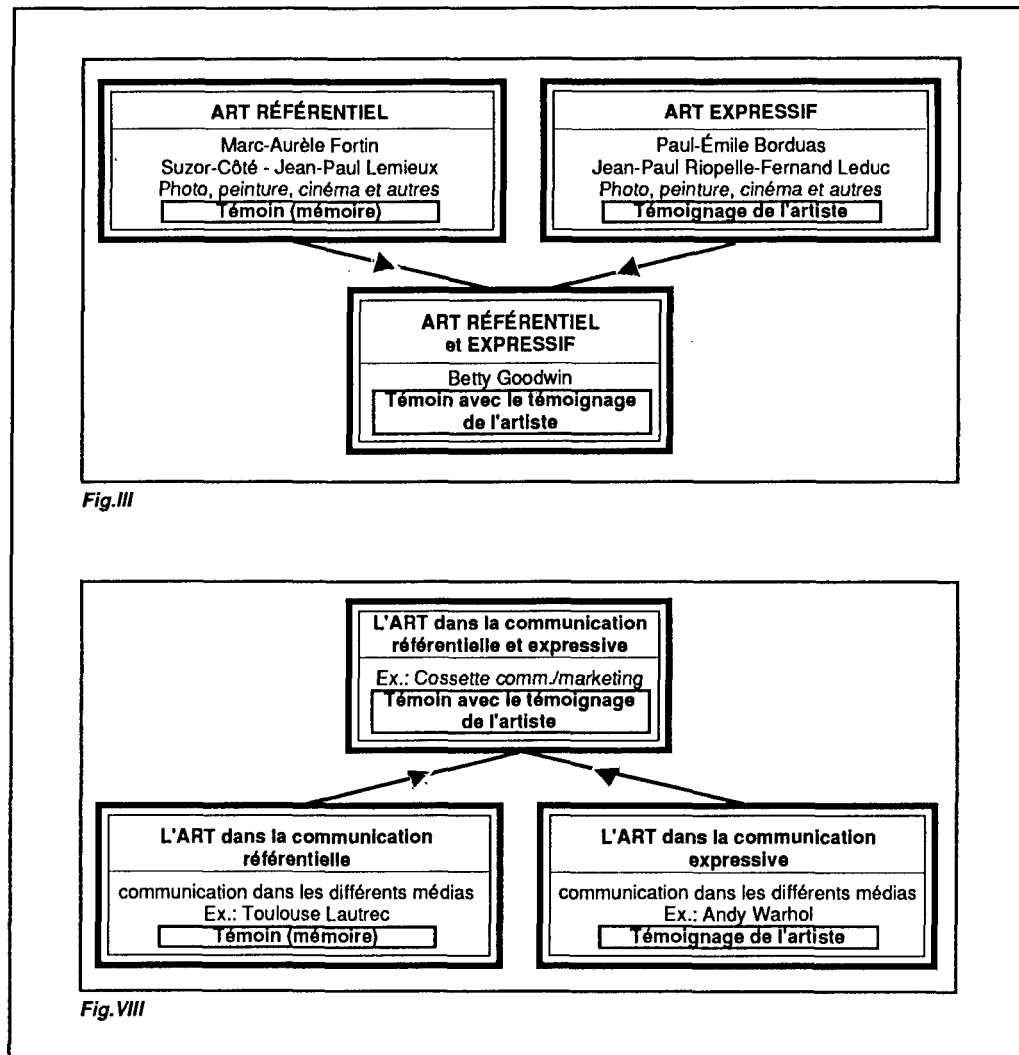


Fig. IX: Parallèle entre l'art et la communication.

Comme le démontre le tableau analogique entre l'art et la communication illustré à la figure X, de la page 35, on constate dans l'évolution de l'art et de la communication, et aussi dans l'extrapolation de ces deux pratiques, qu'il existe un pouvoir immense dans leur complémentarité et une efficience dans leur fonction réciproque soit; l'art pour la communication et la communication pour l'art.

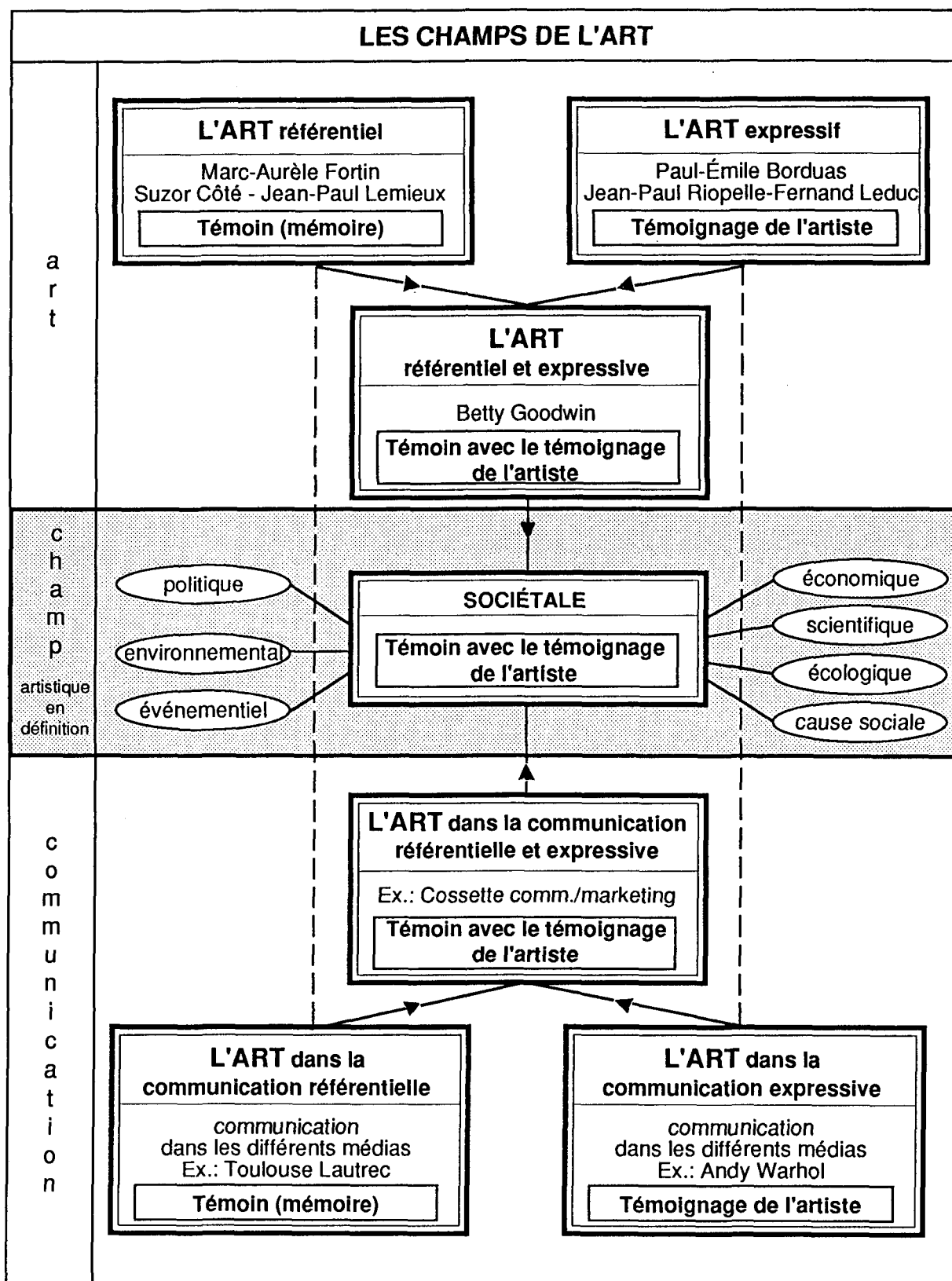


Fig. X: Tableau analogique de l'art et de la communication.

Ce prolongement constitue la frontière entre la communication et l'art. On se trouve à la fois du côté des communications et du côté de l'art. À ce niveau, l'art est dépendant de la communication et la communication est dépendante de l'art puisque la manifestation artistique intègre ces deux notions simultanément. À ce stade, la symbiose est totale.

Le volet de la communication prend son pouvoir seulement s'il est placé dans le contexte de l'art et l'art prend son pouvoir seulement s'il est placé dans le contexte de la communication. Dissocier l'un et de l'autre ils ne peuvent exercer leur pouvoir respectif.

Ce prolongement est en effervescence et constitue un champ artistique en définition. Les manifestations artistiques produites dans ce champ s'adressent souvent à des causes "sociétales" allant du domaine politique, environnemental, économique, écologique, scientifique, événementiel et sociale.

C'est vers ce champ en définition que mon investigation artistique s'accentuera puisqu'il répond en tout point à ma problématique de base: d'immiscer la communication à l'art et ce, dans une parfaite symbiose.

CHAPITRE II

Les références de mon intervention artistique

2.1 Les artistes inscrits dans ce phénomène de communication

J'ai démontré dans le chapitre précédent que l'art d'aujourd'hui est un phénomène de communication et que la communication prit dans son évolution est de plus en plus un phénomène de l'art, parce qu'il existe entre l'art et la communication une synergie, une coopération et une complémentarité évidente. Cet espace où la complémentarité est totale entre l'art et la communication donne à la fois à l'art et à la communication un pouvoir sur l'autre, puisque, l'art est dans la communication et la communication est dans l'art. À ce niveau, l'art est dépendante de la communication et la communication est dépendante de l'art. Les manifestations artistiques produites dans ce contexte du phénomène de communication intègrent ces deux notions simultanément. Je crois que la figure X (page 35) présentant la synergie entre l'art et la communication illustre clairement cet énoncé.

Ainsi, on remarque que le volet de la communication prend son pouvoir seulement s'il est placé dans le contexte de l'art et que, le volet de l'art prend son pouvoir seulement s'il est placé dans le contexte de la communication. Dissocier l'un de l'autre, ils ne peuvent exercer leur pouvoir respectif. En fait, c'est ce qui donne la force à cette nouvelle approche artistique. Cette façon de voir le parallèle entre l'art et la communication et de présenter l'ensemble de leur complémentarité demande une analyse. Afin de justifier cet énoncé, je tiens à vous présenter

dans ce chapitre, trois artistes qui intègrent dans leur approche le volet de la communication. Cependant, il est important de préciser que le niveau de communication peut être différent dans chacune de leurs interventions artistiques respectives et ce, dépendamment de certains facteurs tels: l'époque, la société, le lieu de réalisation, l'évolution et de la conscience sociale.

Ainsi, Marcel Duchamp, Andy Warhol et Hans Haacke seront présentés selon l'ordre chronologique de leur production. Ces artistes seront analysés de manière qualitative plutôt qu'exhaustive afin d'être en mesure de les situer à l'intérieur du tableau analogique de l'art et de la communication présenté à la figure X (page 35).

2.1.1 Marcel Duchamp (1887- 1968)

Lorsque l'on analyse l'oeuvre de Duchamp, il importe de prendre en considération la période de ses réalisations puisque le début du XX^e siècle est marqué par la **première guerre mondiale** et aussi par un phénomène nouveau que l'on nommera la période de **mécanisation**.

D'abord, la première guerre concrétise le concept de mondialisation. Ce concept devenu tangible offre aux sphères politiques, économiques, sociales et artistique des avenues de possibilités nombreuses allant presque jusqu'à l'infinie. La mondialisation présente différentes façons de voir, de regarder et de percevoir les gens, les choses et les événements. Maintenant que l'humanité fait partie d'un tout que l'on nomme " le monde " la société peut se permettre de voir plus loin en s'immisçant dans les autres cultures.

Quant à lui, le phénomène de la mécanisation qui précède de peu cette guerre, présente de nouvelles alternatives à l'évolution puisque l'invention, l'industrie, le travail à la chaîne et le travail mécanique font partie du quotidien de l'humain.

Par ces quelques énoncés, on constate que cette période est marquée par de grands bouleversements qui accélèrent le développement social et marqueront pour toujours ce

siècle. Nous avons maintenant une perspective globale sur le monde et l'on découvre de nouveaux outils pour augmenter la productivité et par conséquent donner une meilleure qualité de vie.

Il en va de soi, que tous ces phénomènes tels la nouvelle représentation du monde moderne, l'utilisation prolifique des communications qui alimentent toute cette nouvelle technologie, marqueront et influenceront la société.

À cette même période, Duchamp se questionne sur l'art, l'oeuvre, l'artiste et le public. Il se rend compte qu'il a, tout comme la société, à évoluer lui aussi à titre d'artiste dans son oeuvre. Cependant, ayant progressé dans un champ artistique passant par la peinture, il devait aller vers autre chose puisque, l'ensemble du phénomène de la référentialité avait été exploité et les limites en avaient été atteintes. À ce stade, il fallait tout comme son époque changer et présenter son art comme un portrait de la société qui se redessinait. À ce sujet, il énonce:

" Je trouve que c'est une très bonne solution pour une époque comme la nôtre où on ne peut pas continuer à faire de la peinture qui après de 4 ou 500 ans d'existence, n'a aucune raison d'avoir l'éternité comme domaine. Par conséquent, si on peut trouver d'autres formules pour s'exprimer, il faut en profiter."¹

¹ CABANE, Pierre, Entretiens avec Marcel Duchamp, Éditions Pierre Belfond, 1967, p.176

De plus, il ajoute:

" On offre aux artistes des moyens nouveaux, de nouvelles couleurs, de nouveaux éclairages; le monde moderne s'introduit et s'impose, même dans la peinture. Il force les choses à changer naturellement, normalement." ¹

Par ces deux citations, Duchamp nous présente clairement l'orientation qu'il donnera à son oeuvre. Cependant pour y parvenir, il avait fait une analyse critique de sa démarche antérieure où il nous dit: " Toute mon oeuvre, d'avant le nu, était de la peinture visuelle" ⁴ et il complète en affirmant: "Puis, j'en vins à l'idée..."²

Et, c'est ainsi que Duchamp passe à autre chose puisqu'il parvient à établir un concept permettant d'élargir et de définir de nouveaux horizons dans le champ de l'art et ce, en questionnant l'art, l'artiste, l'oeuvre et le public.

Voici donc une analyse des différentes actions que Duchamp osa poser dans le milieu de l'art du début de ce siècle. Il est important de comprendre que ces différentes interventions, basées sur son interrogation, ont influencé les différents mouvements anti-artistiques modernes par son avant-gardisme. Il a ainsi offert aux artistes la possibilité d'utiliser de multiples facettes que pouvait offrir l'art, et qui sont en faite " **les idées** ".

1 CABANE, Pierre, Entretiens avec Marcel Duchamp, Éditions Pierre Belfond, 1967, p.177.

2 LA CHANCE, Michaël, «Puis, j'en vins à l'idée...», Spirale, novembre 1990, no 10.

Tout d'abord, Duchamp se rend compte que l'art peut être aussi accessible aux grands publics et que, ceux-ci peuvent, au même titre que les grands critiques d'art, décider par leur pouvoir de masse de ce qu'est " l'art ". Il se rendit compte de ce phénomène lorsqu'il proposa à l'"Armory Show", première grande exposition de peinture moderne aux États-Unis en 1912, le "Nu descendant l'escalier". Ce tableau a donné la possibilité à la population générale de se questionner, de le critiquer et de se positionner. Ce tableau scandaleux, parce que ne répondant pas au goût esthétique de l'époque, attira des milliers de newyokais. C'est cette force de masse qui donna une renommée à son oeuvre. D'ailleurs, Duchamp dit un jour: "Un tableau qui ne choque pas, n'en vaut pas la peine".¹ Il faut bien comprendre dans cette citation que le verbe "choquer" veut dire: qui impressionne et qui marque le public. Ici, son avant-gardisme avait pris le pas sur l'époque et transcendait une révolution dans le monde de l'art. Il avait réussi à communiquer une intention, celle de donner la place qui revenait aux spectateurs. Après avoir positionner le public dans son intervention artistique et lui avoir accorder une place de choix, il continua sa croisade en questionnant le monde de l'art.

Étant dans la société de mécanisation, il commença à sélectionner des objets manufacturés par son époque, et démontrant la réalité quotidienne. Il plaça donc ces objets, créations du

¹ CABANE, Pierre, Entretiens avec Marcel Duchamp, Éditions Pierre Belfond, 1967, p.129.

quotidien dans le contexte de l'art pour les opposer aux pures créations artistiques. À ces objets récupérés, il leur donna le nom de " ready-mades " . Sa première oeuvre créée dans cet esprit s'appela "En avance du bras cassé". Voici ce qu'il disait au sujet de celle-ci:

"C'était une pelle à neige, et j'avais écrit cette phrase dessus. Évidemment, j'espérais que cela n'avait pas de sens mais au fond tout finit par en avoir un." ¹

De plus, il ajouta: "Je donne à celui qui l'a regardé autant d'importance qu'à celui qui l'a fait."⁴

puisque:

"L'artiste est libre de faire ce qu'il veut et le spectateur est libre d'y voir ce qu'il lui plaît." ²

Ainsi, Duchamp nous dit que tout peut-être de l'art à condition que certaines règles soient explicites. Ici, l'artiste décide de son oeuvre en utilisant un objet du monde moderne et en le plaçant dans un contexte de l'art. Sauf, qu'il y a un autre facteur important: le regardeur. Dépendamment de la réaction de celui-ci, l'oeuvre entrera ou non dans le champ de l'art. Ainsi, l'art dépend directement du regardeur. Voici comment il nous explique ce concept:

"Les cuillères de bois africaines n'étaient rien du tout au moment où on les a faites, elles étaient seulement fonctionnelles; elles sont devenues par la suite des choses belles, des oeuvres d'art. Vous ne croyez pas que le rôle du spectateur à une importance? " ³

1 CABANE, Pierre, Entretiens avec Marcel Duchamp, Éditions Pierre Belfond, 1967, p.96.

2 ALEXANDRIAN, Marcel Duchamp, Éditions Flammarion, p.86.

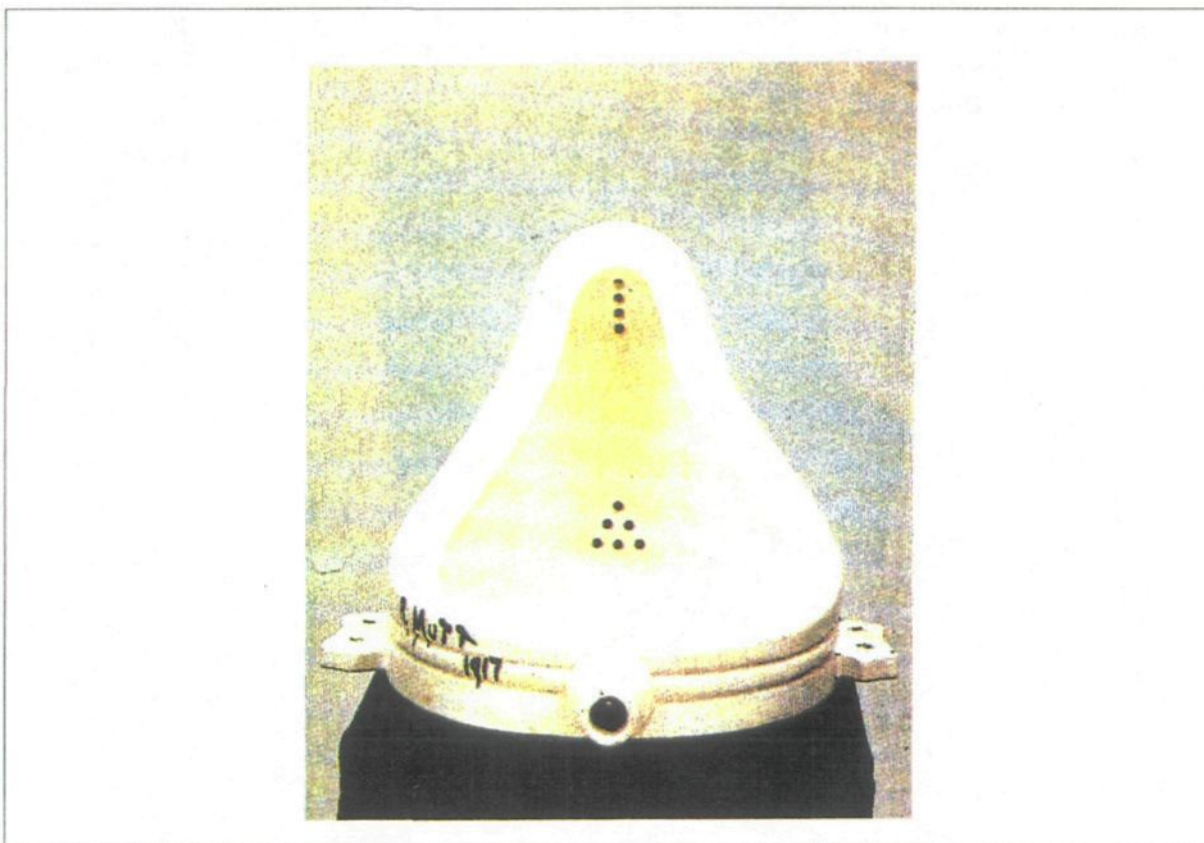
3 CABANE, Pierre, Entretiens avec Marcel Duchamp, Éditions Pierre Belfond, 1967, p.131.

Évidemment, Duchamp avait saisi un élément important, c'est que "l'art" devait être **témoin** de la société et présenter un portrait de ce qu'elle offrait. Il n'était pas nécessaire d'attendre 50 ou 60 ans avant de déclarer un objet comme oeuvre d'art. Son époque étant bousculé par le changement, il devait en témoigner immédiatement et ce, afin d'en garder des traces, des signes du passage de ce progrès. L'art devait s'actualiser rapidement puisque comme l'a dit Charles Péguy en 1913: "Le monde a moins changé depuis Jésus-Christ qu'au cours des trente dernières années." ¹

Après avoir réalisé différents ready-mades, l'artiste Duchamp participa à une exposition en 1917 où il présenta le ready-made "**Fontaine**" qu'il signa d'un autre nom soit celui de R. Mutt. Il avait signé R. Mutt pour éviter le rapport avec l'artiste connu Duchamp. Il agit ainsi puisqu'il nous raconte qu'il "ne pouvait rien faire qui soit accepté d'emblée". ² Cependant, cette oeuvre fut supprimée par les décideurs de l'exposition. Voici l'oeuvre " **Fontaine** ":

¹ TOMKINS, Calvin, Duchamp et son temps, Éditions Times-Life, p.7.

² CABANE, Pierre, Entretiens avec Marcel Duchamp, Éditions Pierre Belfond, 1967, p. 98.



Oeuvre 9: Marcel Duchamp, "Fontaine" 1964. (3e version)

Ici, son oeuvre n'a pas été acceptée et pourtant ses ready-mades antérieurs l'avaient été. Si Duchamp avait signé l'oeuvre, aurait-elle été d'emblée acceptée? L'artiste influence-t-il par sa renommée le cours de l'évolution de l'art et jusqu'à quel point? Voilà une interrogation sur laquelle il nous a laissé. Par sa force, Duchamp a été capable d'imposer à l'art des avenues sortant du traditionnalisme et ce à tous les niveaux. De plus, au lieu de recréer des scènes, des images marquant notre société, il a emprunté les objets, les artéfacts de ces images pour en faire de l'art. Ainsi, il servait de témoin pour notre société.

2.1.2 Andy Warhol (1928-1987)

Andy Warhol est un artiste qui a occupé plusieurs fonctions dans sa carrière. Au début, c'est-à-dire dans les années 50, il fut un artiste commercial. Puis dans les années 60, il réalisera ses oeuvres les plus impressionnantes où, il connaîtra la " gloire ". Par la suite, dans les années 70, il agira à titre d'artiste d'affaires, ainsi dans chacune de ces différentes étapes, il s'est approprié le pouvoir que lui conférait l'art avec son statut d'artiste. Cependant, dans ce travail, nous canaliserons nos énergies seulement sur la période 60-70 pour connaître son apport à l'art.

Ainsi, lorsque l'on analyse l'oeuvre de Andy Warhol, il importe tout comme Duchamp, de prendre en considération la période de ses réalisations. La société des années 60 est marquée par un état d'abondance, de consommation, de communication et de libération sociale et ce, après avoir connu les durs moments de rationalisation de la deuxième guerre mondiale. À cette période, il est important de refaire cette nouvelle génération en lui donnant de nouveaux idéaux et en lui offrant de justes modèles. Ainsi donc, l'art est à l'identification de grandes puissances qu'engendre le pouvoir des communications et des médias.

De plus, la période de **manufacturation**, où l'on crée en série, et de **standardisation**, où

l'on cherche des modèles de réussite, sont présentes, car il faut à tous les prix revaloriser le "rêve américain". Désormais, tout est offert et possible pour ce peuple.

Les réalisations de Warhol ne sont pas contraires à cette époque. Warhol tout comme Duchamp a été capable de présenter un portrait de la société car par ses oeuvres, il a été capable de transcender ce qui se passait dans son environnement.

Voici donc, ce qu'a réalisé cet artiste. D'abord tout comme les gens de cette époque, Warhol a toujours désiré être célèbre, voici un extrait de l'une de ses entrevues, qui présente l'état d'âme de cette génération: " On lui demanda s'il voulait être un grand artiste. Il répondait: "Non, j'aimerais mieux être célèbre." ¹ Il voulait à tout prix devenir célèbre. Cependant, un problème se posait à lui comme artiste, puisqu'étant illustrateur/concepteur de profession et connu dans le milieu publicitaire, il ne pouvait atteindre ce but car, pour profiter du " glamour " médiatisé par la force des communications, la sérigraphie, sa spécialité développée, était considérée comme une technique d'imprimerie et non comme un art majeur.

Cependant, face à ce problème, Warhol trouva une solution en offrant à l'art une affinité avec

¹ DE DUVE, Thierry, Cousus de fil d'or Beuys, Warhol, Klein, Duchamp, Art éditions, 1990, p.49.

tous les mouvements et les changements que subissaient la société. Il créa donc, l'usine à faire de l'art la "Factory". Une usine c'est: une grande industrie destinée à la **fabrication d'objets ou de produits**. Étant donné que " l'usine à faire de l'art " était acceptée dans son concept, il était maintenant apte à produire des oeuvres en fabriquant de l'art.

La sérigraphie pouvait dès lors entrer dans son usine et devenir un nouveau médium dans le champ de l'art. Cependant, tous les problèmes n'étaient pas réglés car Warhol n'avait pas une renommée mondiale. Et pour connaître la célébrité, il devait se trouver un moyen pour atteindre son objectif rapidement. Il a donc emprunté les images médiatisées, qui avaient déjà la gloire comme renommée. Le succès était certain puisque le public reconnaissait la star en la personnalité des sujets traités. L'apport de Warhol dans Marilyn Monroe, Campbell's, Coke, Liz Taylor fut d'immiscer son art dans une oeuvre, c'est-à-dire, la reproduction à l'infini d'un sujet de l'images, d'images.

Ainsi Warhol avait été capable d'utiliser une technique propre au monde des communications et plus encore au monde commercial, de prendre des personnages médiatisés. C'est à dire de prendre un produit de consommation et de communication et d'en faire une oeuvre de

d'art. Par ses oeuvres, et par la star qu'il est devenu Warhol nous dit que:

"Je sens très fort que je fais partie de mon époque, de ma culture, au même titre que les fusées et la télévision." ¹

En fait, Warhol nous démontre et prouve sans contredit par son oeuvre que l'art est un commerce et que l'oeuvre d'art est une marchandise. Il a été capable d'être le **témoin** d'une société et de laisser un **témoignage** marquant la période de la manufacture et de standardisation. Ainsi,

"Si l'idée de Duchamp consiste à exposer un objet qu'il n'a pas fait, celle de Warhol est d'en répéter l'idée" ²



Oeuvre 10: Andy Warhol, "Dix liz", 1963.

¹ OBALK, Calvin, Andy Warhol n'est pas un vrai artiste, Éditions Aubier, 1990, p.42.

² Ibid, p.72.

2.1.3 Hans Haacke (1936-)

Hans Haacke a tout comme Duchamp interrogé l'art, mais évidemment, sur des niveaux différents. Il s'interroge sur la façon de faire de l'art dans la société d'aujourd'hui. Il a découvert par ses nombreuses expériences et ses nombreuses recherches qu'il est possible dans de nouvelles approches, tout comme dans l'art référentiel, de toucher le public par les sentiments. Cependant, il a constaté qu'il est également possible de les toucher sur une **panoplie** de sentiments. L'art doit apporter quelque chose de plus, puisque " le contexte de l'art " fait maintenant partie du continuum social.

Ainsi lorsque l'on analyse l'oeuvre de Hans Haacke, il est important comme Duchamp et Warhol de prendre en considération la période de leur réalisation. La société des années 80 est marquée par les communications. Donc à titre d'artiste, il fallait être capable d'intégrer des émotions touchant des choses réelles de la vie. L'économie, la science, l'écologie, les causes sociales, la politique et l'environnement. Tous ces concepts sont interreliés et tous ces facteurs touchent tout le monde dans notre société, puisque "notre manière d'envisager les choses est intimement liée à nos expériences de membres du corps social." ¹

¹ EVANS-CLARK, Philippe, Interview par Philippe Evans-Clark, Artpress, no 136 (mai 1989), p.26.

Tout comme Duchamp et Warhol, Haacke a été influencé par son environnement voici ce qu'il dit:

" Selon moi, le monde de l'art fait parti intégrante de l'industrie de la conscience. Ses productions et ses débats, comme ceux des autres composantes de l'industrie, interagissent avec la politique et le climat idéologique." ¹

De même, sa plus grande période de production artistique commença vers les années 1980. On se rappellera que ces années furent marquées par une crise économique qui attaqua l'ensemble de la population mondiale. On a dû, dans tous les secteurs changer les approches, changer les façons de voir et changer la façon de vivre. Tout va trop vite, le monde des communications a permis de limiter les espaces à un point tel que la terre ressemble davantage à un village, donc les communications vont aider à rendre le niveau de conscientisation à un degré universel. Cependant, les communications peuvent cacher ou peuvent amener des réflexions selon ce qu'ils veulent livrer comme message. Les communications peuvent décider de ce qui sera dit ou non dit. D'ailleurs, ce phénomène a inspiré Haacke dans ses oeuvres. Voici ce qu'il dit:

" Ces informations me permettent d'ancrer mon oeuvre dans le monde situé à l'intérieur du monde de l'art souvent sectaire et amoureux des mythes. Mais tout dépend bien sûr du type d'information présenté, des circonstances et de la forme qu'on leur donne." ²

¹ EVANS-CLARK, Philippe, Interview par Philippe Evans-Clark, Artpress, no 136 (mai 1989), p.24.

² Ibid, p.23.

Haacke dans ses différentes interventions dessine également un portrait de la société. Puisqu'il puise ses idées dans les communications et qu'il utilise les événements pour les médiatiser. D'ailleurs, Philippe-Évans Clark dit: "Hans Haacke travaille toujours en rapport direct avec les données idéologiques, sociologiques ou économiques du lieu où il expose..."¹ Il réussit à toucher un grand public par ses oeuvres car son art, nous le savons, est basé sur de l'information véridique et par rapport à ceci, il énonce: "Je tenais mes informations de sources qui sont à la disposition de tout et chacun."² Ainsi, il agit au même titre que les communications car il décide de ce qui sera livré comme message ou non. Haacke positionne des événements mais ne prend pas partie, il ne s'implique pas à titre d'artiste dans une cause. Il révèle une cause. De plus, il situe ses interventions artistiques dans leur contexte. Rien n'est laissé au hasard pas même le message médiatisé. Sur ce, il affirme:

" Mes décisions esthétiques sont le plus souvent liées à la signification de mon travail. Le choix des matériaux, des couleurs, des caractères, des aplats, l'appropriation de certaines techniques, tout cela contribue au sens final de l'oeuvre (...) Je choisis le médium qui fait l'affaire à un moment donné. J'ai parfois besoin d'inclure une parodie du médium et du look à la mode." ³

De plus, Haacke est conscient qu'il fait réagir les gens par ses messages en y intégrant l'art.

Ses oeuvres ne touchant pas seulement un public cible restreint mais plutôt un public-cible

1 EVANS-CLARK, Philippe, Interview par Philippe Evans-Clark, Artpress, no 136 (mai 1989), p.23.

2 Ibid, p.23.

3 Ibid, p.27.

éclaté. Voici ce qu'il nous avoue:

" Je crois avoir plusieurs publics. Je fais partie du premier, qui voit les oeuvres à la galerie ou dans le musée. Viens ensuite le public qui entend parler de mon travail, qui en voit des reproductions, ou le découvre à la télévision. Ce deuxième public est assez diffus, mais potentiellement très vaste. (...) le public au sens large, et plus anonyme, est la cible des sponcors de l'industrie. C'est là que se fabrique l'opinion public. C'est là qu'en fin de compte, la "participation" a lieu." ¹

Et au sujet de son oeuvre, il semble bien comprendre toute la force que lui ajoute les médias,

c'est à dire, la force des moyens de communication. Il affirme en disant:

"Apparemment donc, ces oeuvres touchent très vite un public qui dépasse de loin le ghetto de l'art, et pas seulement par le biais habituel, sujet à caution, du long terme. J'ai constaté que le public "non-averti" réagit souvent davantage au contenu politique de mon travail, et avec une passion plus affirmée." ²

Haacke a une vision différente de l'art puisque pour lui, " l'art " n'est pas seulement réservé à une certaine classe de la société ou confiné à une certaine élite. Pour lui, l'art doit être accessible à tous. L'art doit livrer un message et celui-ci doit être clair pour atteindre l'ensemble de la population mondiale non pas seulement une population locale. Il nous a démontré qu'il était possible de sortir des murs de l'art et d'emprunter à des événements tous leurs caractères historiques, économiques, sociales, politiques et leur force d'impact au même titre que Warhol l'a fait avec le vedettariat de ses sujets. De plus, il utilise des objets du quotidien ou les objets

¹ EVANS-CLARK, Philippe, Interview par Philippe Evans-Clark, Artpress, no 136 (mai 1989), p.27.

² Ibid, p.24.

qui ont marqué l'histoire au même titre Duchamp, pour toucher davantage l'humain dans ses émotions. Et c'est ainsi que Haacke, et tout comme Duchamp et Warhol, devient le **témoin** d'une société avec un **témoignage** qui illustre une réalité conjonctuelle. Sur ce, Haacke nous dit:

Aujourd'hui l'art contemporain (...) est relativement populaire il intéresse des publics plus vaste, il peut désormais conférer prestige et influence. Ainsi, ma pièce sur la Deutsche Bank et Mercedes, comme les autres oeuvres qui ont attiré l'attention des médias, n'a pas été vue seulement par les 500 000 visiteurs de la Documenta. Par le biais des émissions de radio et de télévision elle a atteint un public de plusieurs millions de personnes dans divers pays. Le monde de l'art n'est plus le vase clos qu'il était peut-être autrefois. Voilà pourquoi les gouvernements et les milieux d'affaires lui prêtent attention, essaient de le canaliser et de l'utiliser à leur propre fin. (...) Je ne pense donc pas que les canaux de distributions, commerciaux ou non, isolent ou compromettent mon travail. Bien au contraire, je crois qu'ils servent de catalyseur pour l'opinion qu'ils développent les potentiels de mes oeuvres. ¹

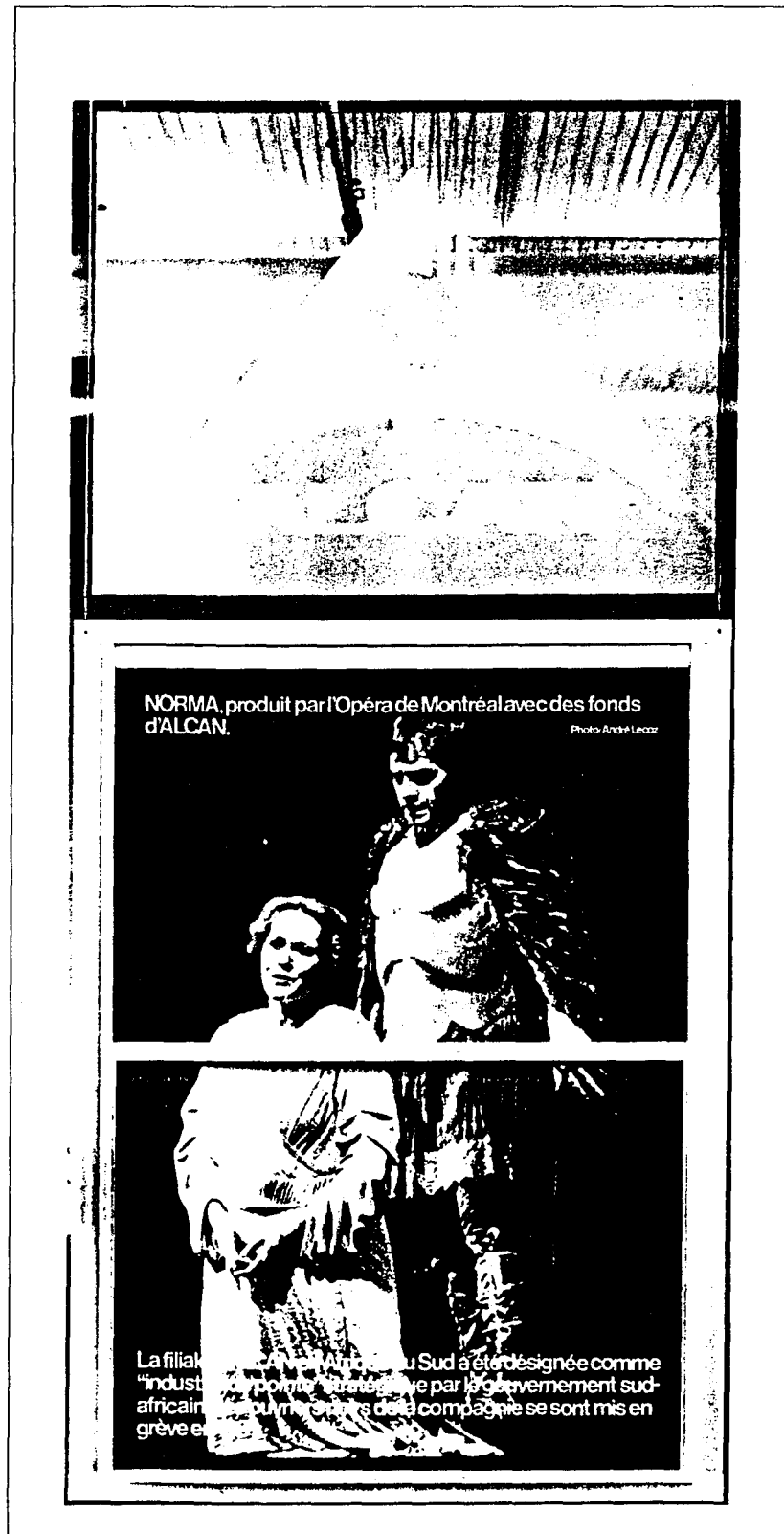
De plus, il ajoute:

"L'expérience qu'on a d'une oeuvre d'art ne se réduit jamais à une seule lecture. Non seulement je repère des fluctuations permanentes dans mes réactions, mais j'espère qu'il est maintenant reconnu que l'accueil collectif d'une oeuvre est diversifié, lié à son contexte historique. ²

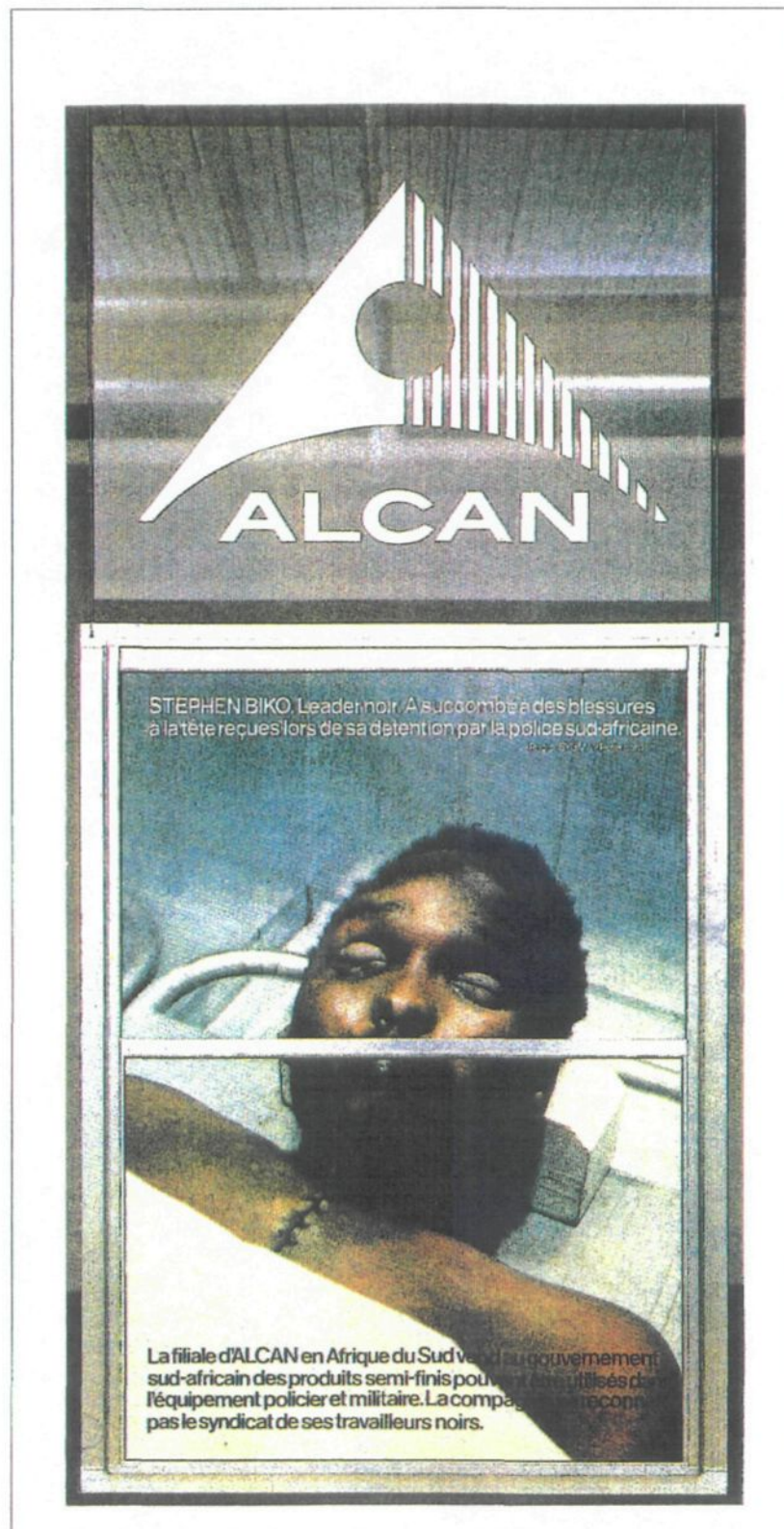
¹ EVANS-CLARK, Philippe, Interview par Philippe Evans-Clark, Artpress, no 136 (mai 1989), p.24.

² Ibid, p.26.

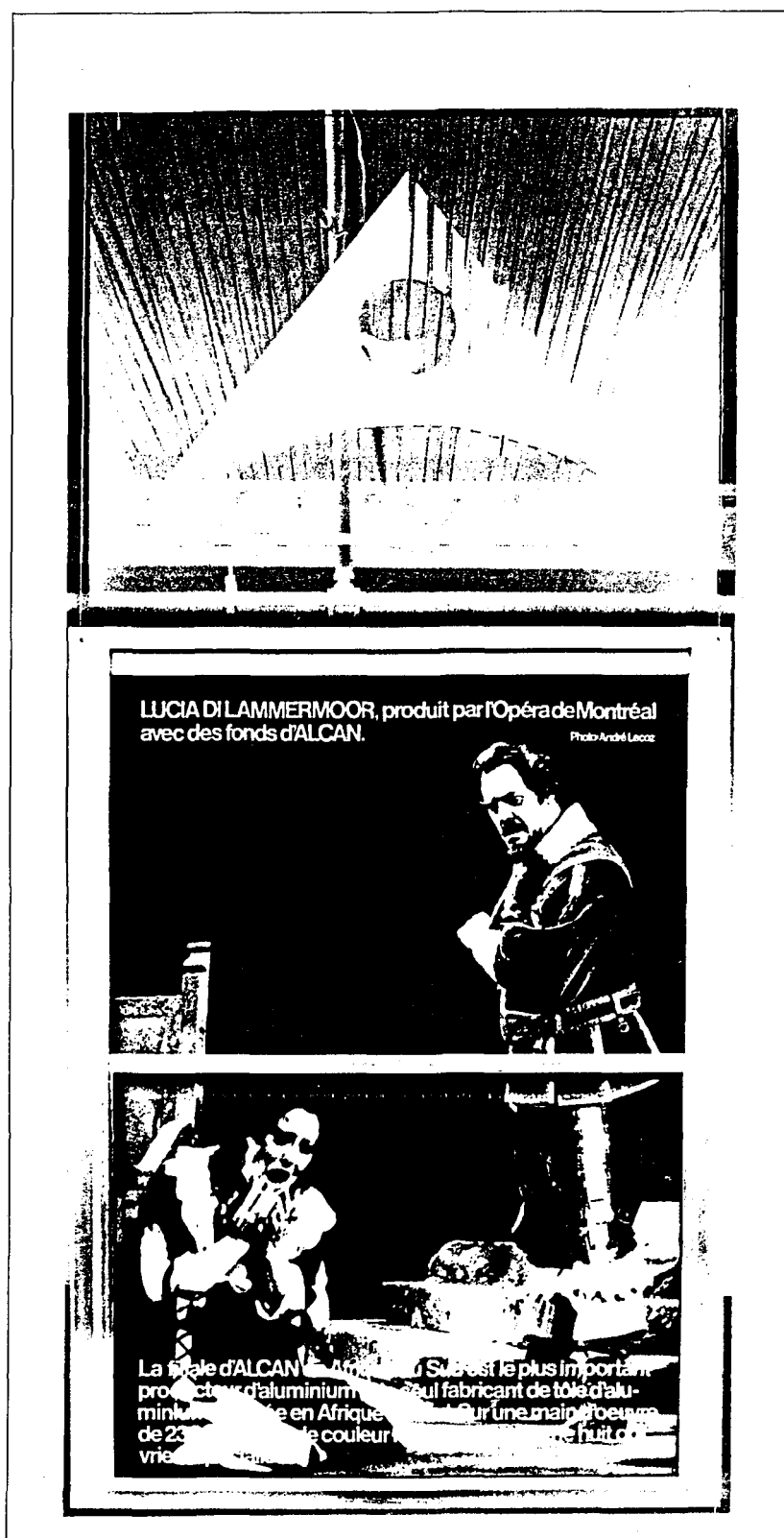
Je vous présente une oeuvre de Haacke intitulée "Voici Alcan", qui présente l'impacte que l'art peut avoir sur la conscience humaine témoignant également d'une réalité sociale. Cette oeuvre est à caractère politique, sociale, économique et emploie tout le pouvoir des communications.



Oeuvre 11: Hans Haacke, "Voici Alcan", 1983.



Oeuvre 11: Hans Haacke, "Voici Alcan", 1983.



Oeuvre 11: Hans Haacke, "Voici Alcan", 1983.

2.2 Évaluation qualitative entre les convergences de ces trois approches artistiques

Dans la partie précédente, nous vous avons présenté les réalisations de trois artistes qui se sont démarqués par leurs interventions en faisant évoluer différents champs de l'art.

Il faut préciser que de nombreux auteurs ont analysé la participation d'artistes dans l'évolution de l'art. Entre autre, il faut présenter l'analyse de l'art contemporain faite par Anne Cauquelin qui comme moi, a utilisé Duchamp et Warhol. Cependant, à ce stade, il faut faire une différence dans le type d'analyse. Anne Cauquelin présente l'art comme un système où elle distingue trois effets majeurs de la communication dans le registre du marché de l'art soit; l'effet "réseau", l'effet "bouclage" et l'effet "réalité seconde". Dans ce contexte elle parle plutôt des "pratiques communicationnelles" entre ces différents effectuateurs qui dans ce système "semblent aller de soi, de telle sorte que leurs principes sont ignorés de ceux-là mêmes qui les utilisent".¹ En l'occurrence, la communication fait partie intégrante du système de l'art. Quand à mon évaluation qualitative, elle veut davantage vérifier l'implication artistique de Duchamp, Warhol et Haacke au niveau des communications.

On s'aperçoit donc, selon mon évaluation que Duchamp, Warhol et Haacke ont, à tour de rôle, utilisé le pouvoir de communication soit pour mousser leur oeuvre, soit en l'intégrant à

¹ CAUQUELIN, Anne, L'art contemporain, Presses Universitaires de France, 1992, p.42.

l'intérieur de leur oeuvre ou soit en faisant participer les communications dans leur oeuvre.

Comme on l'a expliqué antérieurement, Duchamp a provoqué les mass média par son avant-gardisme dans l'art. Il a réussi un coup d'éclat en attirant de nombreuses foules à ses expositions. Sa participation à l'art amenait un progrès certain sauf que la puissance des communications qu'elle soit spécifique ou globale, c'est-à-dire qu'elle s'adresse à un public cible, un public élargi ou tout simplement au public critique à consolider sa réputation. Dès lors, il était à jamais connu du grand public, sa notoriété acceptée ou critiquée sauf que l'on connaissait d'emblée l'artiste et son oeuvre.

À son tour, Warhol a utilisé les différents pouvoirs des communications et ce, au service de l'art. En travaillant à titre d'artiste commercial et à titre d'illustrateur/concepteur, il s'est rendu compte que les communications pouvaient par leurs actions médiatisées faire d'un objet, d'un produit ou d'une personnalité une vedette et ce, non pas seulement dans un état où dans un pays, mais réaliser des vedettes internationales. Les communications peuvent facilement traverser les frontières et amener des gens à consommer, à acheter. Les communications font en sorte que l'on connaît certains produits ou événements ou personnages par rapport à d'autres, ce qui fait qu'on les identifie aisément. Les mass médias ont un pouvoir énorme.

Warhol s'aperçoit que les mass médias ont créé de toute part des vedettes qu'il faudrait immortaliser et ce, au niveau de l'art car elles font partie d'une évolution et elles transcendent de façon légitime le portrait de cette société industrialisée.

Pour sa part, Haacke a utilisé les communications dans leur forme respective. Les communications informent les gens, les renseignent, leur tracent un portrait de la société. C'est en fait leur raison d'être. Ainsi, Haacke en réalisant des oeuvres d'art a amené les communications à jouer leur propre rôle, c'est-à-dire de prendre position face à un événement. Faut-il le publiciser ou non? Que ce soit une réponse ou une autre, les communications en publiant l'oeuvre ou pas, venaient de se positionner pour le public devant l'oeuvre.

Il est maintenant temps d'arrêter de parler de l'art seulement dans une section culturelle puisque l'art fait partie de notre quotidien. On sait que l'art a été un portrait de la société et qu'il doit le demeurer. La société évolue rapidement et il est important de développer la conscience sociale du public regardeur influencé par l'opinion des communications.

Le tableau XI (page 63) trace les similitudes, les ressemblances et les différences de ces trois artistes dans leurs cheminements.

1/Expertise	2/Oeuvre artiste public oeuvre	3/Signes	4/ Médium	5/ Réflexion	6/ Art
DUCHAMP					
<ul style="list-style-type: none"> • contexte de l'art • période/industrialisation • ready-made • veut remettre en question les bases de l'art 	<ul style="list-style-type: none"> • exposer des objets qu'il n'a pas fait • jeu de l'esprit • invention & idée • ludisme dans l'art • questionne le public, l'artiste et l'oeuvre 	<ul style="list-style-type: none"> • minimaliste • facilement identifiable • instantannément • jeu de l'art Faire changer l'art 	<ul style="list-style-type: none"> • vitre • toile • huile • objet • texte • nouveau médium ready-made 	<ul style="list-style-type: none"> • l'art pour l'art questionne l'art • réflexion sur l'art 	<ul style="list-style-type: none"> • référentiel • expressif • témoin et témoignage • portrait de la société • questionne le milieu de l'art
WARHOL					
<ul style="list-style-type: none"> • contexte de l'art • période/mécanisation • l'art est un commerce & l'oeuvre d'art une marchandise • Pop'Art • reproduction/sérigraphie 	<ul style="list-style-type: none"> • multiplication des oeuvres d'art • il confie souvent la réalisation de ses oeuvres à ses assistants • répétition de l'idée • se sert du vedettariat des sujets traités • identification 	<ul style="list-style-type: none"> • minimaliste • minimum d'objet de signe • identifiable • instantannément • constact • jeu du vedettariat Portrait de cette société 	<ul style="list-style-type: none"> • reprographie • logo compagnie • texte • photographie • caméra super 8 nouveau médium • nouveau médium sérigraphie 	<ul style="list-style-type: none"> • questionne la société (identification) • retourne une image (effet miroir) 	<ul style="list-style-type: none"> • référentiel • témoin et témoignage • portrait de la société
HAACKE					
<ul style="list-style-type: none"> • contexte de l'art • période/information • l'art & l'argent • social, politique, événementiel, 	<ul style="list-style-type: none"> • oeuvre renforcement des informations • oeuvre unique en fonction du lieu dans le contexte de l'art • message social • contre maître de ses expositions • veut faire réagir les gens conscientisation 	<ul style="list-style-type: none"> • minimaliste • minimum d'objet de signe • identifiable • instantannément • questionne la société dans le contexte de l'art • Informer 	<ul style="list-style-type: none"> • objet • peinture • reprographie • logo compagnie • texte • photographie • caméra super 8 • panneaux publicitaires • nouveau médium la publicité (battage publicitaire) 	<ul style="list-style-type: none"> • questionne la société • amener une réflexion sur la société • informe action/réaction • amener des changements dans les comportements 	<ul style="list-style-type: none"> • expressif et référentiel • témoin et témoignage • portrait de la société • questionne le milieu de l'art et la société

Figure XI: Évaluation qualitative entre les convergences de ces trois approches.

2.3 Positionnement des trois interventions artistiques dans le tableau analogique de l'art et de la communication.

Dans le premier chapitre, nous avons cherché à démontrer que l'art a évolué dans son histoire et que parallèlement il existait une évolution similaire du côté des communications. Devant ce fait, je me suis interrogée pour ensuite savoir s'il pouvait exister une certaine complémentarité dans ces deux milieux étant différents dans leur présentation mais semblables dans leur contexte. J'ai pu, à partir du tableau analogique de l'art et de la communication, présenter l'intersection, c'est-à-dire, identifier les points communs que pouvait partager l'art et la communication. Il est évident que le milieu de l'art, de même que le milieu de la communication demeurent intègres dans leur milieu respectif, sauf que, l'on peut identifier des zones où l'art prend les pouvoirs de la communication pour **témoigner** de son message, et où, à d'autre moment, les communications prennent les pouvoirs de l'art pour **témoigner** de son message.

Après avoir fait constat de ce phénomène, j'ai identifié trois artistes qui ont utilisé, à des niveaux différents, l'art et la communication comme base de leurs interventions artistiques. J'ai fait une analyse qualitative de leur cheminement artistique et maintenant je les situe à l'intérieur de ce tableau que j'ai pris soin de diviser en trois secteurs soit; **l'art**, le **champ artistique en définition** et **l'art dans la communication**.

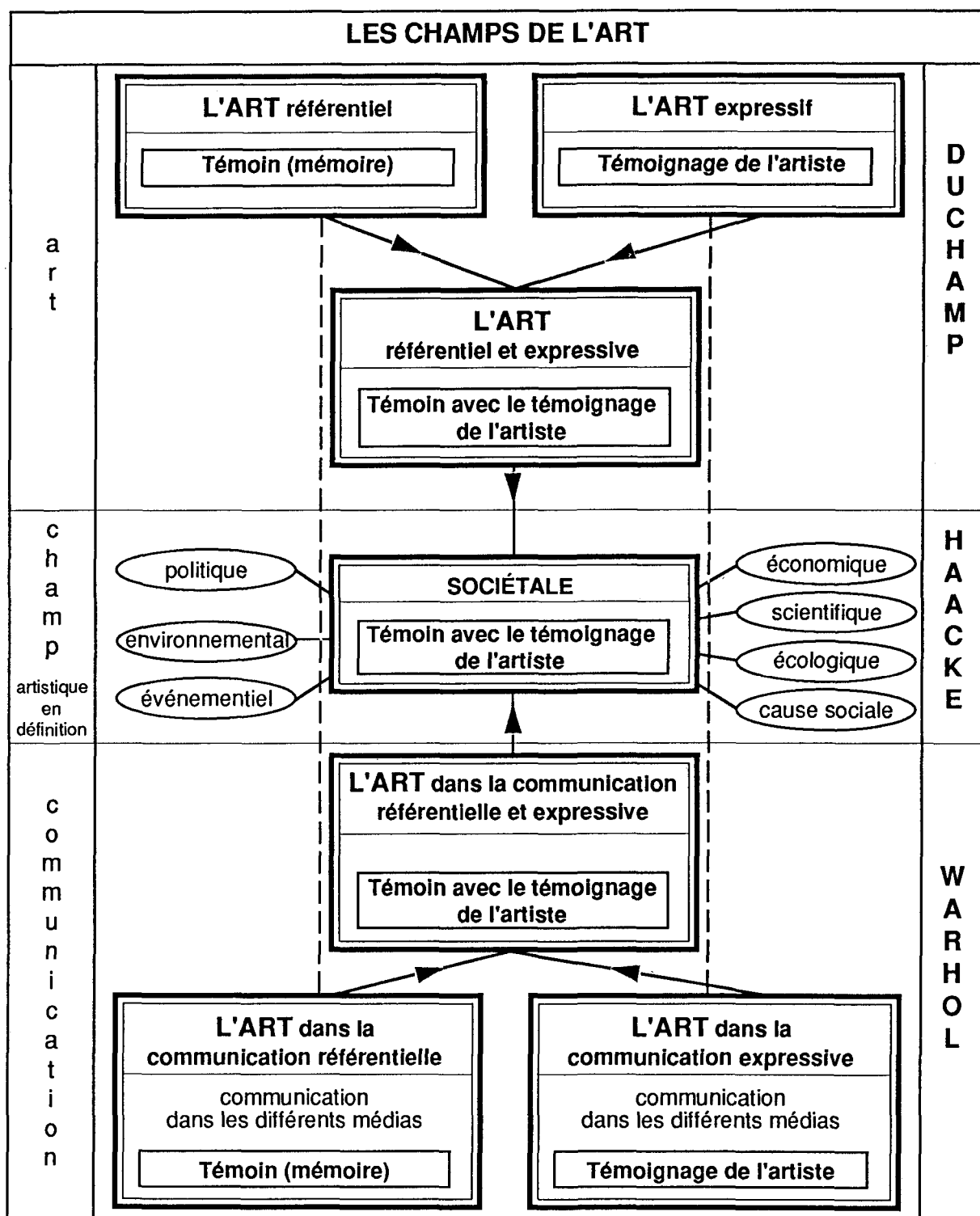


Fig. XII: Tableau analogique de l'art et de la communication.

D'abord, l'artiste Duchamp se situe davantage du côté du champ de l'art. Ses interventions artistiques sont basées sur l'art référentiel à lequel il a ajouté l'expression de l'artiste. Tout est objet, image et représentation. Le message est inspiré par l'artiste et le regardeur participe à l'oeuvre à titre de regardeur.

Quand à lui, l'artiste Warhol se situe davantage du côté du champ des communications. Ses interventions artistiques sont basées sur des sujets médiatisés à lesquels il ajoute l'expression de l'artiste. Toutes les oeuvres sont issues du pouvoir des communications et du vedettariat donné par les médias. Le message est inspiré par la société et présenté par un artiste et dans un contexte. Le public participe à l'oeuvre en témoignant de la valeur des sujets, en s'identifiant à ceux-ci et en acceptant l'image illustrant la réalité de leur société. Pour Warhol, même le médium utilisé est du côté des communications.

Pour sa part, l'artiste Haacke est dans l'art et les communications en contexte. Ses interventions artistiques sont à la fois du côté de l'art et du côté des communications. Il utilise tous les médiums de l'art pour présenter son oeuvre. Cependant, il utilise tous les pouvoirs des communications pour que le témoignage laissé par l'artiste soit sans équivoque. Le message vient de différents phénomènes sociaux et le public participe en acquiesçant ou en critiquant

l'oeuvre. Le public ne peut rester sans émotion devant son oeuvre. Il doit argumenter son positionnement et son choix devient pure communication. Le public prend donc une place entière devant l'oeuvre de Haacke.

CHAPITRE III

La confrontation de mes oeuvres

3.1 Les nouveaux fondements de mon Intervention artistique

La société d'aujourd'hui est caractérisée par l'**efficacité**, c'est-à-dire que pour une grande majorité de personnes l'ultime objectif est de produire pour atteindre la **performance** et l'**efficience**. Face à cette nouvelle conjoncture l'humain a développé une capacité d'adaptation amenant des changements rapides et des progrès presque instantanés.

De même manière, l'art n'échappe pas à cette règle d'efficacité, de performance et d'efficience puisque tout peut devenir éphémère, tomber dans l'oubli lorsque consommé. Cette réalité est devenue un principe social tant dans nos milieux économique, politique, familial, culturel, sportif, et même, dans bien d'autres secteurs. La société a le devoir de **conserver la trace de son passage** et elle doit **s'inventer des moyens** pour représenter ces générations. En fait, l'art est né pour cette nécessité. Donc, ce qui caractérise notre société doit faire partie intégrante de l'art. Ainsi l'artiste doit utiliser des **contextes**, des **situations**, des **objets**, des **outils** témoins de notre développement pour laisser aux générations futures des **artéfacts**. Ces artéfacts pourront, tout comme le fait la poésie, jumeler la force des images, des événements, des messages, des objets et des outils pour laisser un message, celui d'une période précise vécue par une collectivité. Mon défi est de dégager le portrait de la société face à des situations et présenter les idéologies de celle-ci à travers mes interventions artistiques.

À ce titre, mon approche est confrontée à de nouvelles situations et elle doit également relever les défis de la technologie moderne en les intégrant dans l'oeuvre. Ma démarche doit tirer avantage des différents médiums de communication et s'immiscer les pouvoirs de celle-ci et ce, afin que l'art puisse, comme il l'a toujours fait, **témoigner de l'authenticité de la société en la présentant de façon conforme à sa réalité**. Les changements sont rapides et ceux-ci découlent d'une technologie de pointe. L'art doit également être témoin de ces changements en utilisant ces outils qui s'arriment avec le progrès.

À l'exemple de Marcel Duchamp, Andy Warhol, Hans Haacke, j'exploiterais les volets de la communication de masse en utilisant des moyens tels que; la publicité, la télévision, les journaux, la radio, la téléphonie et l'informatique, d'une part, pour tracer **un portrait** fidèle de la société, et d'autre part, pour présenter les **témoignages** de ces changements sociaux.

En fait, je veux être **témoin** de ma génération et en **témoigner**, avec des médiums qui la caractérise et ce, avec l'objectif de présenter **un portrait de la société actuelle**.

Cette démarche prend la forme d'interventions artistiques qui à juste escient, valorise l'art et provoque une conscientisation à l'intérieur de la société.

Ces différentes prises de conscience, provoquées par mes manifestations artistiques, ont amené une pluralité d'événements et d'investigations du public à l'intérieur de sites spécifiques.

La communication est utilisée à titre d'objet, comme un support, où l'oeuvre et le public interagissent sur l'essence du message. C'est ce que je vous présente dans la prochaine partie.

3.2 La confrontation de l'artiste et son oeuvre

3.2.1 Oeuvre Loto-Québec: « La société: Un rêve... rêvant d'être. »

3.2.1.1 Fiche technique

Présentation: Exposition: Du 13 au 29 août 1993

Vernissage: le **vendredi 13** août à 20 heures.

Endroit: Bibliothèque centrale de prêt d'Alma, immiscée à même l'exposition

Loto-Québec de la Biennale du dessin, de l'estampe et du papier du Québec 1993.

Nombre de participant: 225 personnes.

3.2.1.2 Présentation de l'oeuvre

L'installation "LA SOCIÉTÉ: UN RÊVE... RÊVANT D'ÊTRE" utilisait les médiums suivants: des dessins, du collage de billets de Loto-Québec, des billets de Loto-Québec, des plaquettes gravées, des encadrements, un podium, un marteau peint or, des billets d'invitation sous forme de billet de loterie, un ordinateur, un afficheur électronique, une banderole de sécurité, des annonces dans les journaux et la collection de gravure de Loto-Québec.

Dans cette exposition, le **témoin de l'oeuvre** est l'opportunité d'avoir accès à ces rêves par le billet de Loto-Québec et le **témoignage de l'artiste** est une réflexion sur la chance supposée et imposée par la société d'état de Loto-Québec.

3.2.1.3 Les fondements de l'oeuvre

La proposition artistique intitulée: "La société: Un rêve... rêvant d'être" se veut être un témoignage, un artéfact tangible et actuel de notre société contemporaine. J'ai voulu, à titre d'artiste, capter et immortaliser un fragment d'un regard face à notre quotidien afin de laisser un héritage aux générations futures. Le constat: Loto-Québec fait partie intégrante de nos vies.

En fait, Loto-Québec, depuis près de 20 ans, nous propose des rêves. Par ces nombreuses campagnes publicitaires, elle nous montre ce que devrait être notre quotidien. Elle nous impose une façon de vivre: Offrez-vous des sensations fortes, payez-vous le "choix", goûtez à la force de l'argent, des vacances, une grande maison, des amis, le bonheur de vos enfants! Loto-Québec nous conditionne à penser ainsi: "La société: Un rêve"... c'est-à-dire, son rêve.

Lorsque le conditionnement est opéré et que, nous aussi, on se souhaite tous ces bonheurs, on prend vite conscience de nos limites: nous n'avons pas l'argent pour tout réaliser ces rêves. C'est à ce moment précis que toute la magie de Loto-Québec s'opère: "C'est accessible: tout nos rêves, peut-être... pour seulement 1\$, 2\$, 5\$ ou 10\$. C'est tentant! Pourquoi pas? Et voilà que l'on achète un billet de la Loto-Québec. "Un rêve... rêvant d'être".

Cependant dans l'excitation du moment, accessible à si bas prix, on pense que le sacrifice financier est moindre, comparativement à tout ce que cela pourrait nous apporter. Mais, on oublie bien des facteurs:

- Loto-Québec amasse 457 millions en bénéfice net.*
- Loto-Québec vous donne une chance sur 4, 02 de gagner le gros lot du jeu instantané "Coffre-fort" (juillet 1992).*
- Loto-Québec vous donne une chance sur 4, 04 de gagner le gros lot du jeu instantané "Jour de Chance" (août 1992).*
- Loto-Québec vous donne une chance sur 5,25 de gagner le gros lot du jeu instantané "Dollars d'été" (juin 1992).*
- etc.

Ainsi, la société d'état "Loto-Québec" s'enrichit au profit du consommateur en lui offrant du rêve, de la chance à petit prix. Malgré tout cela, Loto-Québec a bonne figure et elle soigne son image. À tous les jours, on peut la voir à la télévision où elle fait d'heureux gagnants. En fait, il n'en peut être autrement puisqu'on rencontre l'image positive de Loto-Québec partout dans notre vie, soit: dans les journaux, à la radio, sur les panneaux publicitaires, dans de nombreux kiosques, au super-marché, au dépanneur, dans les tabagies, et même... dans les cartes de fête! Loto-Québec nous souhaite continuellement la chance, elle nous offre le bonheur. De

* Source Loto-Québec.

plus, pour soigner son image à des niveaux élargis, Loto-Québec participe, par une collaboration financière, à la tenue d'événements culturels à caractère national et international. Ce sont des gestes de visibilité que l'on transforme dans le discours en gestes de responsabilité sociale et d'implication dans le développement de la communauté québécoise.

Dans tout son processus, le pouvoir de la communication est utilisé et efficace puisque l'on croit d'emblée, qu'au même titre que sa vocation, Loto-Québec offre des possibilités de réalisation, de concrétisation, de rêves réalisés. Elle s'y prend bien car, là où il y a du développement, de la concrétisation quels qu'ils soient, Loto-Québec y est!

3.2.1.4 Pouvoir de l'oeuvre

Mon oeuvre "La société: Un rêve... rêvant d'être" est un triptyque servant d'annonce publicitaire pour la société d'état "Loto-Québec". Cette fonction de publicité est importante dans cet oeuvre car Loto-Québec utilise les différents pouvoirs de communication pour faire passer ses messages.

Sur chaque triptyque un billet gratté de la loterie est dessiné au fusain représentant le billet gagnant. Ce dessin est encadré par une accumulation de vrais billets grattés de cette même loterie.

En dessous du dessin, le vrai billet non-gratté de Loto-Québec possédant le même numéro de série, est placé sur une plaque de couleur or sur laquelle est inscrit la libelle suivante: "Billet gagnant". Cet amalgame de l'image fictive et réelle; des billets perdants multiples et du billet gagnant unique veut démontrer le faible niveau de chance réelle.

En haut de chaque triptyque une parcelle de phrase est inscrite, soit: "La société; Un rêve...; rêvant d'être". Cet oeuvre aurait pu être placée sur un seul ensemble artistique. Cependant, je les ai volontairement séparés pour forcer le regardeur à faire une pause entre

ces trois séquences.

De plus, sur un afficheur électronique circulait le message suivant:

"LA SOCIÉTÉ: UN RÊVE... RÊVANT D'ÊTRE" - VENDREDI 13-EST - CE QUE LE GRAND GAGNANT VA... CONTINUER À RÊVER... - SE CONSCIENTISER... - OU VA-T-IL AGIR SUR L'OEUVRE...- LE GRAND GAGNANT EST: - L'AN DERNIER LOTO-QUÉBEC A VERSÉ 635 MILLIONS \$ À SES GAGNANTS - L'AN DERNIER LOTO-QUÉBEC A FAIT UN BÉNÉFICE NET DE 457 MILLIONS \$

J'ai choisi des phrases courtes donnant des statistiques flagrantes afin de faire réfléchir le public devant certains faits, marquant la situation réelle du jeu de Loto-Québec.

Puis, devant eux, un marteau de couleur or reposait sur un socle. Ici, comme devant un billet de Loto-Québec, le regardeur avait le choix de vivre les rêves de Loto-Québec en grattant, c'est-à-dire, en fracassant le verre ou de vivre ses propres rêves.

La Loto-Québec est une institution présente dans la vie des québécois et ce, depuis plusieurs décennies. Elle offre à notre population "le rêve à petit prix". Par cette production,

j'ai voulu faire ressortir une réalité, c'est-à-dire, cette réalité sur bout de papier qu'il faut conserver pour être capable, plus tard, de montrer un portrait fidèle de notre société. Un témoignage des temps modernes, de la société de consommation et ce, de cette société même où la chance, ou l'instantané et le jetable sont rois.

3.2.1.5 Échéancier de production

Cette exposition fut précédée d'un programme de production complexe. Tout fut planifié et organisé minutieusement étant donné que plusieurs personnes et plusieurs organisations étaient impliquées pour la réalisation de l'oeuvre. Ainsi, j'ai profité, tout au long de cette démarche, d'une expertise considérable de la part des différents intervenants. Leur participation a amené une bonification du contenu de l'oeuvre précisant, par le fait même, le pouvoir et la force de son impact face aux regardeurs.

Dans cette partie, je vous présente les différentes étapes de l'échéancier de l'exposition "La société: Un rêve... rêvant d'être".

• Planification et organisation du travail

- A.** Permettre une activité de communication.
- B.** Élaborer un scénario permettant de créer un jeu visuel et des situations inattendues.
- C.** Créer une banque d'images et de textes, mémorisée sur format NAPLPS.
- D.** Ajouter l'apport des médias, en utilisant le journal local.
- E.** Activités lors du vernissage.

• Calendrier de réalisation

Octobre - Novembre

- Téléphone à Loto-Québec pour recevoir différents documents.
- Lecture de rapports annuels, bilans financiers, analyse et avantage-coût.
- Élaboration du concept de l'oeuvre.

Décembre à Avril

Rencontre avec les différents intervenants suivants, soit:

- *Monsieur Pelletier, conservateur pour Loto-Québec, pour lui présenter le projet et lui demander l'autorisation d'accrochage.*
- *Monsieur Bernard Pilote, président du Conseil régional de la Culture et président de la Biennale du dessin, de l'estampe et du papier du Québec, pour la permission d'exposer à l'intérieur de l'exposition de Loto-Québec.*
- *Monsieur Jean-Marc Bourgeois directeur général à la Bibliothèque Centrale de Prêt et Madame Danielle Bergeron, technicienne, pour la réservation de la salle d'exposition et pour la mise en forme de l'exposition.*
- *Messieurs André Hubert et Alain Laroche du Collège d'Alma et du groupe d'Interaction Qui, pour le prêt d'outils et l'expertise requis tels: ordinateur, logiciel et borne autonome et technicien en informatique.*
- *Monsieur Jean Lavergne technicien en informatique, pour discuter du calendrier de production pour la partie infographique de cette oeuvre.*
- *Employés de Loto-Québec pour obtenir la permission de ramasser des billets déjà grattés de la loterie.*
- *Monsieur Jean Laliberté de l'Atelier d'Estampe Sagamie, pour connaître les différentes possibilités d'encadrements.*
- *Mme Ruth Parent, afin de vérifier les possibilités d'impression pour les cartons d'invitation.*
- *Messieurs Marc Boivin et Roger Lemay pour avoir la permission d'annoncer dans le journal hebdomadaire "Le Lac Saint-Jean".*

Mal à Juin

Description des paramètres du montage infographique

a/ identification des liens logiques (Définition des ND)

b/ identification des commandes de contrôle de la navigation

Ordinateur: Compatible IBM Écran: VGA

Logiciel: Multidec, qui permet les arborescences et les affichages de pages.

Juillet et Août

Préparation des maquettes graphiques

- *dessin de la page-écran*
- *dessin des icônes de navigation*
- *dessin des pictogrammes et symboles signalitiques*
- *dessin d'images modulaires*

Élaboration du cahier médiatique

- *définition des répertoires et fichiers (codification)*

-pages	Accueil	Tour_2
	Intro_1	Tour_3
	Intro_2	Coffre_1, 2, 3
	Intro_3	Dollars_1, 2, 3
	Intro_4	Chance_1, 2, 3
	Tour_1	

Situation en service

- *création d'un répertoire pour les noeuds " LOTO "*
- *création d'un répertoire pour les noeuds " NOEUDS "*
- *création d'un répertoire qui contiendra les pages de service.*
- *création d'un répertoire qui contiendra les noeuds et les spécifications de service.*

Programmation de l'arborescence selon le plan

- *définition des noeuds*
- *définition des commandes de fonctions*
- *définition des paramètres d'affichages*
- *test de structure de liens logiques*
- *installation sur terminaux*

Août

Exposition "LA SOCIÉTÉ: UN RÊVE... RÊVANT D'ÊTRE."

3.2.1.6 La présentation de l'oeuvre

La présentation de l'oeuvre au grand public ne s'arrête pas seulement au vernissage et à l'exposition puisque, pour vérifier la présence de Loto-Québec dans nos vies, je devais créer des situations. Étant donné, et ce par pur hasard, que le vernissage avait lieu un vendredi 13, j'ai donc décidé de réaliser et d'imprimer mon carton d'invitation sous la forme d'un billet de Loto-Québec intitulée "VENDREDI 13" de couleur noire et or (page 86).

Ainsi cent cinquante cartons d'invitation furent postés. La majorité des gens que je rencontrais, entre le moment de l'envoi et du vernissage, me disaient que "le gratteux ne se grattait pas" ou pire encore qu'ils avaient jeté le carton d'invitation croyant à un canular et ce, même si toutes les informations pour le vernissage apparaissaient au bas de ce carton, même l'imprimeur a essayé de gratter le billet gratuit.

Devant cette situation, j'ai voulu vérifier si effectivement, l'automatisme de gratter des billets de Loto-Québec pouvait aller encore plus loin. J'ai donc fait paraître dans l'hebdomadaire "Le Lac Saint-Jean du 8 août 1993" un communiqué (page 90) et une annonce présentant **La Loto-Rêve du vendredi 13**. Pour pouvoir participer à cette loterie, les personnes devaient se présenter aux bureaux de la Biennale du dessin, de l'estampe et du papier du Québec pour

recevoir leur billet gratuit. Une dame est venue chercher deux billets pour elle et son conjoint. C'est avec beaucoup d'impatience qu'est arrivé ce fameux vendredi 13, le soir du vernissage.

Ainsi pour participer à la Loto-Rêve, les gens devaient faire valider leur billet à l'entrée de la salle d'exposition. À cette étape, j'expliquerais le déroulement de la soirée en leur précisant que leur numéro inscrit sur le billet leur donnait l'ordre de passage sur l'ordinateur de la loterie. Si l'un des participants réussissait à jumeler trois parties sur l'écran et à réussir une image complète, il gagnait la Loto-Rêve.

Entre temps, les gens pouvaient s'approcher et observer une partie de l'oeuvre (page 91, 92, 93).

Ensuite est venu le temps de l'interaction sur le clavier. Près de soixante-quinze personnes entouraient les participants, chacun d'eux attendaient avec impatience son tour de passage. Les pages-écrans (page 94, 95) défilaient... Et voilà! comme à la loterie une heureuse gagnante. Après lui avoir laissé le temps de regarder défiler les messages sur l'afficheur électronique, je lui offre le choix de prendre le marteau afin de faire le choix, soit: se conscientiser, continuer à rêver ou d'agir sur l'oeuvre. La personne hésite mais à ce moment

la foule commence à motiver cette gagnante. Prenant son courage à deux mains, elle empoigne le marteau doré, se dirige vers une oeuvre mais... s'arrête. Elle s'exclame "si une personne dans la salle veut bien partager ma chance et fracasser l'oeuvre, je veux bien gratter le billet et partager le gros lot avec elle!". Sans hésitation, une deuxième personne s'avance et brise le verre. La gagnante s'empresse de gratter mais... "meilleure chance la prochaine fois". La foule est stupéfaite. C'est comme un réveil collectif devant le rêve de Loto-Québec. Tous reprennent leur souffle en continuant à discuter et à échanger sur l'exposition. Cependant, quelques instants plus tard, sans que personne ne puisse intervenir, la dame qui s'était présentée aux bureaux de la Biennale du dessin, de l'estampe et du papier empoigne le marteau doré sur le socle et... frappe le deuxième triptyque! Tout le monde ahuri se retourne pour regarder la scène. La dame s'empresse de gratter le billet et à nouveau une désolation flotte sur la salle. Encore une fois, Loto-Québec avait réussi son jeu.

Les gens ont donc quitté la salle un peu perplexe... désemparés... déconcertés... décontenancés... probablement dû à une prise de conscience!

GRATUIT

Vendredi 13

Grattez les quatre cases.
Découvrez trois rêves
identiques
et gagnez
le rêve indiqué
dans la case
"votre rêve".



RÊVE BONI
Découvrez trois rêves
identiques et gagnez
ce rêve.

VOUS POUVEZ
GAGNER
JUSQU'À 5 FOIS!

13-08-93
LOTO-RÊVE



NUL SI DÉCOUVERT

EXPOSITION DU 13 AU 29 AOÛT 1993
VERNISSAGE, LE VENDREDI 13 AOÛT À 20H00

BIBLIOTHÈQUE CENTRALE DE PRÊT
100, RUE PRICE OUEST, ALMA, QC G8B 4S1

HEURES D'OUVERTURE: DU LUNDI AU JEUDI: 08H00 À 12H00 ET DE 13H00 À 16H00
LE VENDREDI: 08H00 À 12H00
EN COLLABORATION AVEC LA BIENNALE DU DESSIN, DE L'ESTAMPE
ET DU PAPIER DU QUÉBEC 1993

OEUVRES EXÉCUTÉES DANS LE CADRE D'UNE MAÎTRISE EN ARTS PLASTIQUES À UQAC

**P.S.: Vous devez présenter ce précieux billet
au COMPLET, le vendredi 13 août, pour courir
la chance de gagner lors de l'événement.**

Première annonce insérée dans le journal le Lac-St-Jean, édition du 8 août 1993.

GRAND GAGNANT !!!

Une personne aura la chance
de participer à LOTO-RÊVE



Comment participer?

Il suffit de vous rendre à PLACE DE LA BIENNALE, 414, rue Collard Ouest, Alma

Heures d'ouverture: 8h30 à 11h et de 13h à 16h / Les lundi 9, mardi 10 ou mercredi 11 août 1993

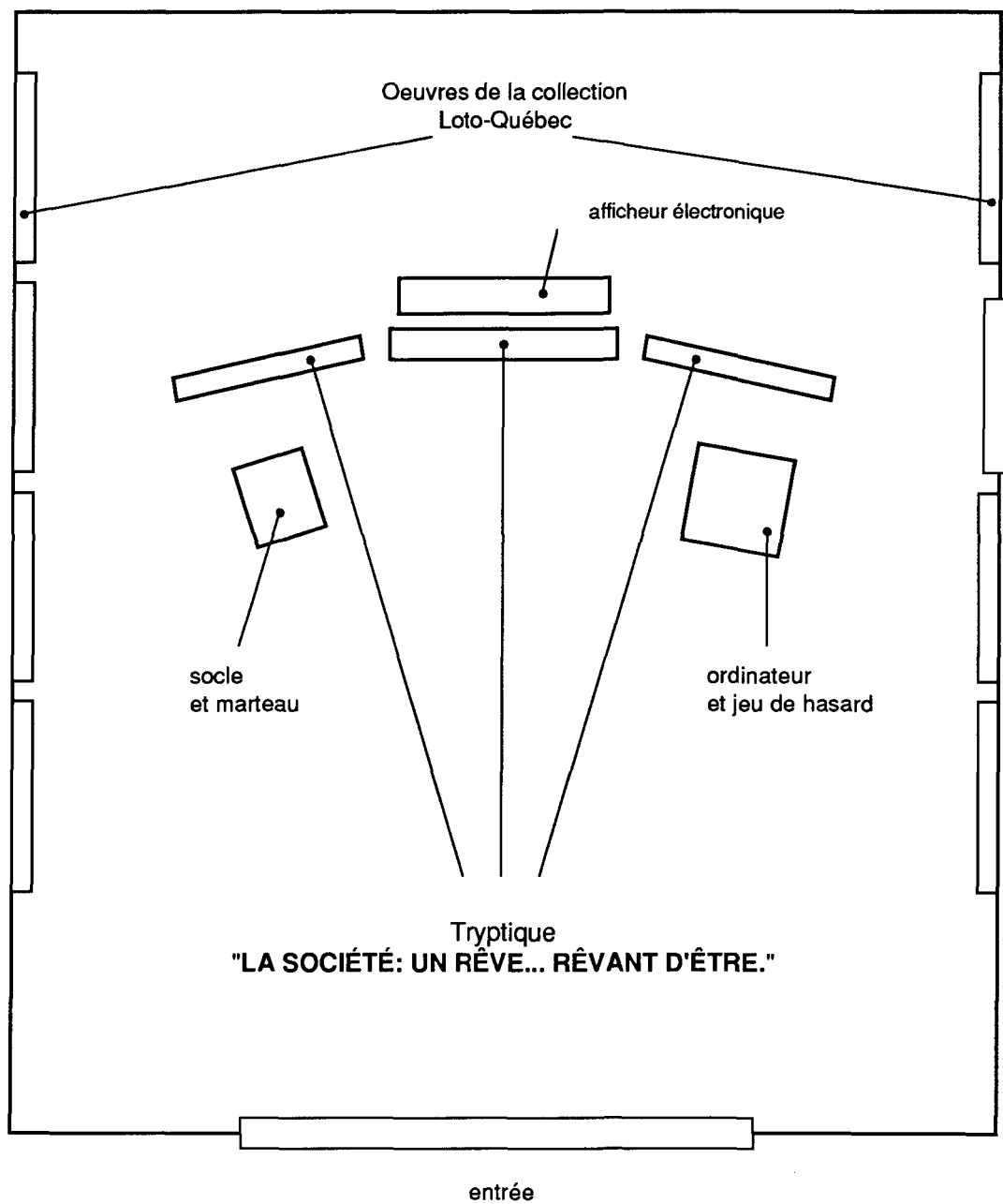
et demandez votre billet

Hâtez-vous...

Nombre limité de billets gratuits disponibles!

L'ACTIVITÉ SE DÉROULERA LE VENDREDI 13 AOÛT 1993 À 8h
à la Bibliothèque Centrale de Prêt, 100, rue Price Ouest, Alma.

Plan de la salle d'exposition " LA SOCIÉTÉ UN RÊVE... RÊVANT D'ÊTRE. "



Triptyque: exposition Loto-Québec / Biennale, Alma

Texte: Pellicule doré collée

Texte: Pellicule noir collée

"LA SOCIÉTÉ: UN RÊVE... RÊVANT D'ÊTRE."

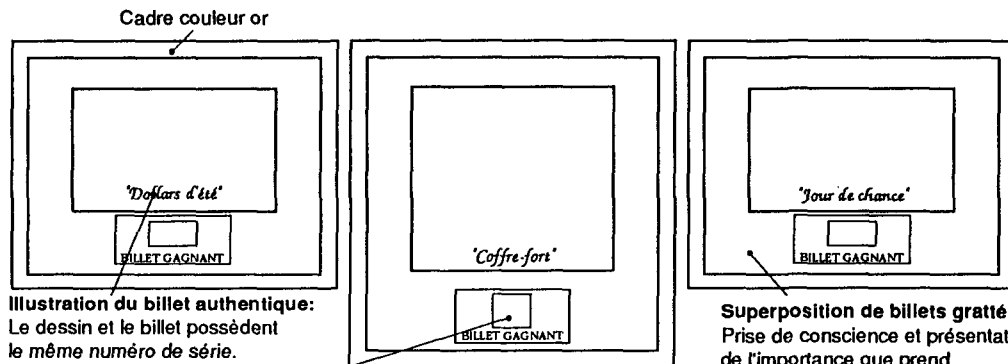


Illustration du billet authentique:

Le dessin et le billet possèdent le même numéro de série.
Le dessin du billet est gagnant.

Billet non gratté:

placé sur une plaque couleur or et identifié "billet gagnant".

Marteau couleur or:

La seule interactivité possible dans cette oeuvre, c'est cet objet. Sur le billet conventionnel, le consommateur peut gratter pour satisfaire sa curiosité. Ici, dans ce contexte de l'art, il doit utiliser la possibilité d'un autre moyen pour aller jusqu'au bout de sa curiosité soit; continuer à rêver, agir sur l'oeuvre ou se conscientiser.

Superposition de billets grattés:

Prise de conscience et présentation de l'importance que prend les jeux de Loto-Québec dans le quotidien du québécois puisque des milliers de billets sont grattés à chaque jour.

Figure XIII: Triptyque: "La société un rêve... rêvant d'être."

Communiqué de presse

Diffusion immédiate

COMMUNIQUÉ

" LA SOCIÉTÉ UN RÊVE... RÊVANT D'ÊTRE "

Alma, le 5 août 1993 - - C'est dans le cadre de la Biennale du dessin, de l'estampe et du papier du Québec 1993, que sera présentée l'oeuvre de Michelle Laforest intitulée " **LA SOCIÉTÉ UN RÊVE... RÊVANT D'ÊTRE** ".

Cette exposition est le résultat d'une démarche artistique constituant le point culminant à la maîtrise en arts plastiques entreprise à l'Université du Québec à Chicoutimi en 1991.

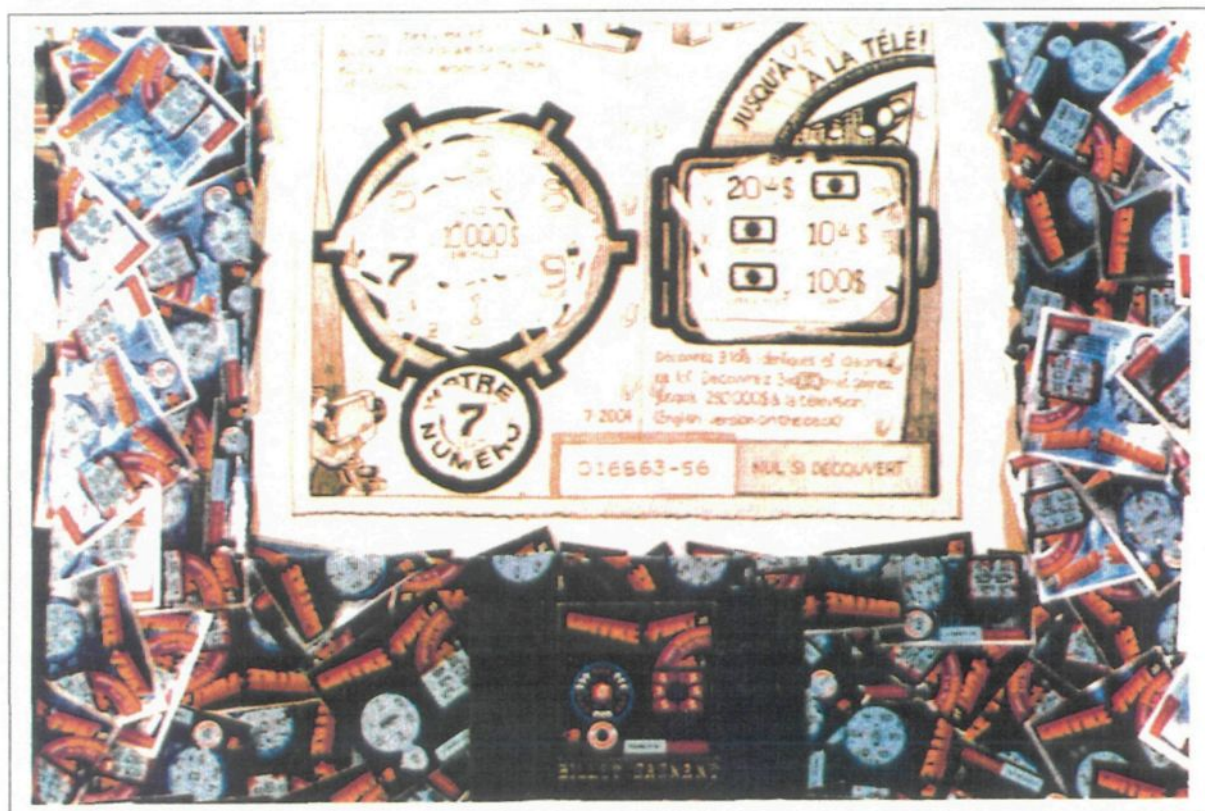
Michelle Laforest par ses réalisations tente de jumeler le pouvoir de l'art à la force des communications pour laisser un portrait d'une société en héritage aux générations futures.

Le vernissage aura lieu le vendredi 13 août 1993 à compter de 20h00 à la salle d'exposition de la Bibliothèque Centrale de Prêt, située au 100, rue Price Ouest, ALma, Lac Saint-Jean.

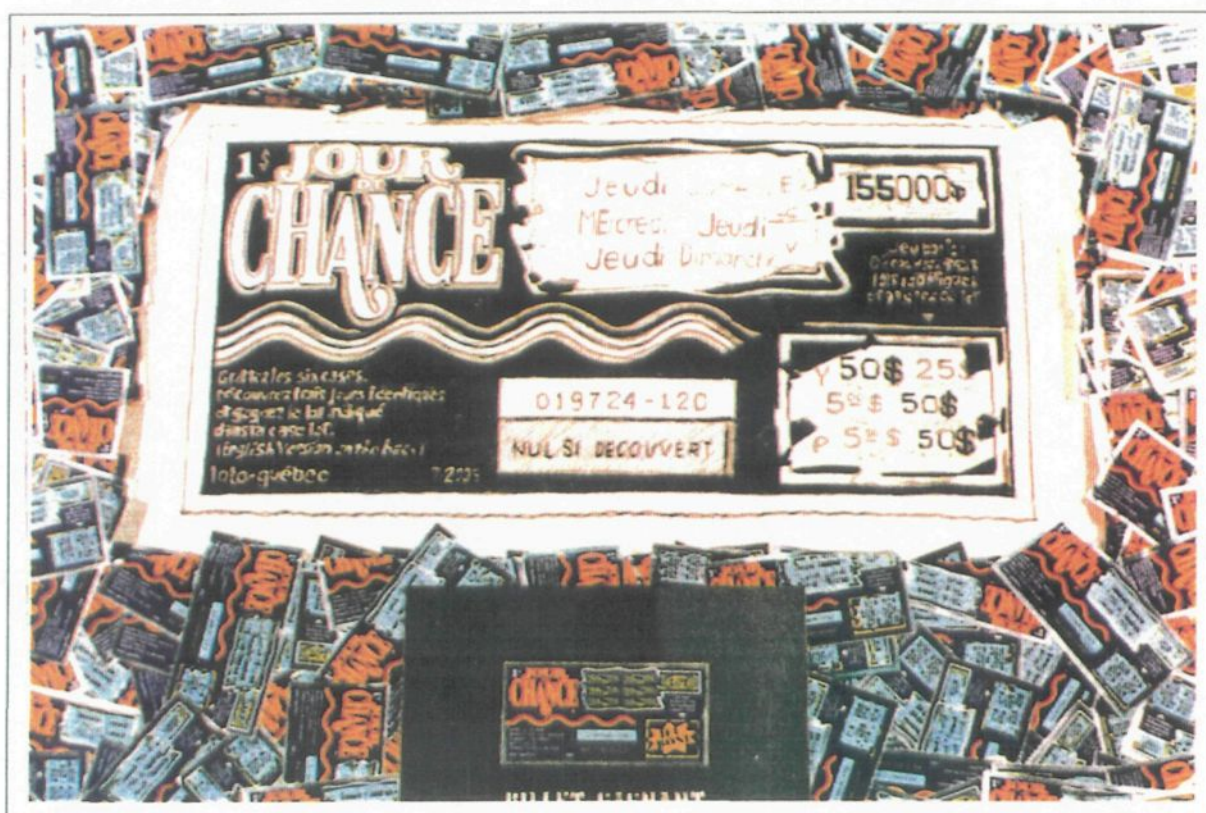
Vous êtes cordialement invités à participer à cette exposition ou l'interactivité sera à l'honneur.

- 30 -

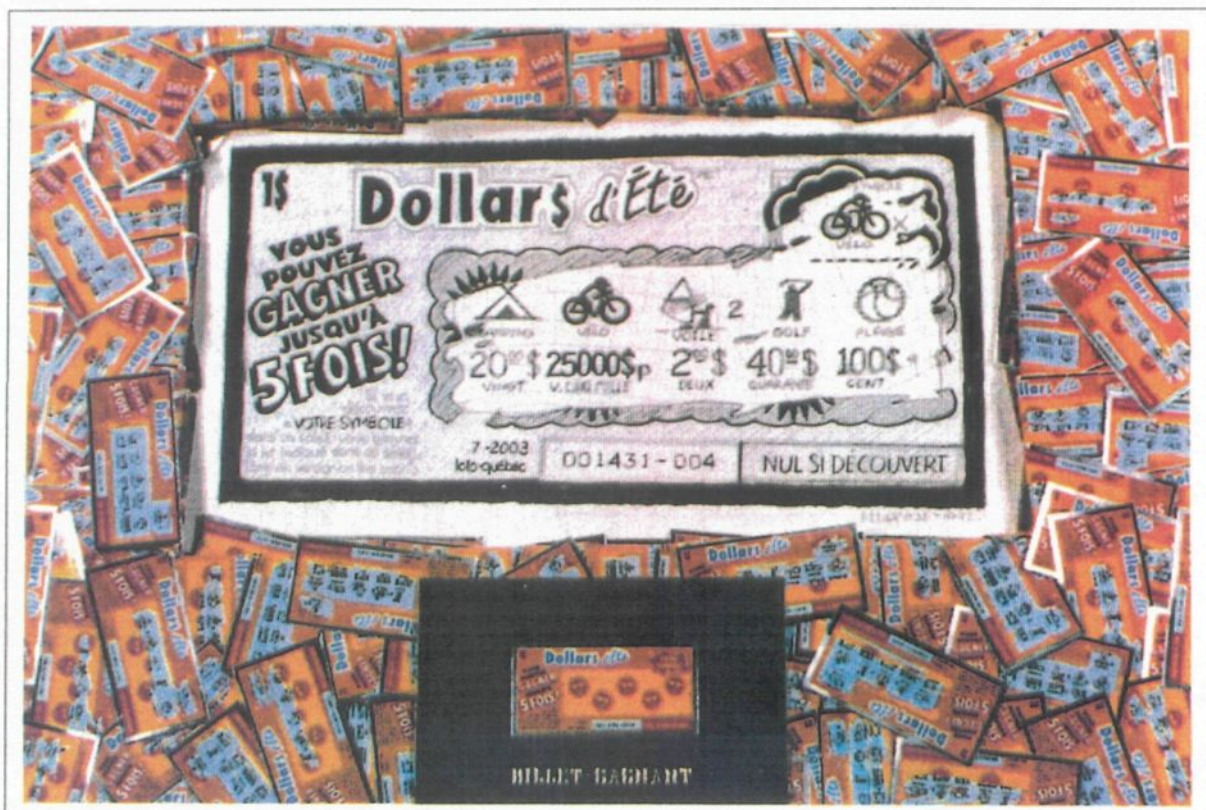
*Source: Michelle Laforest
(418) 668.5509*



Oeuvre 12 A: Michelle Laforest, (1) "LA SOCIÉTÉ: ", 1993.

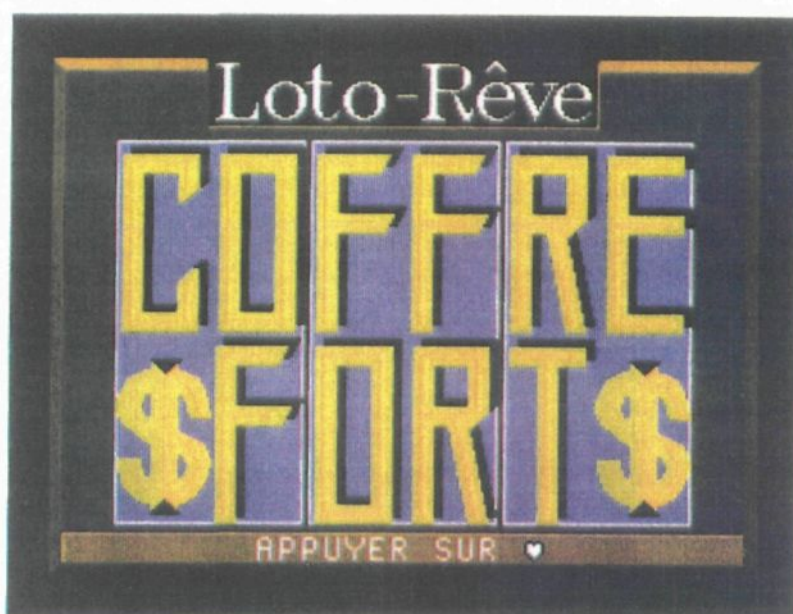


Oeuvre 12 B: Michelle Laforest, (2) "UN RÊVE... ", 1993.



Oeuvre 12 C: Michelle Laforest, (3) "RÉVANT D'ÊTRE.", 1993.

Photographie des pages "écran-type"



Photographie des pages "écran-type"



3.2.1.7 La réaction et l'évaluation de l'oeuvre

Après les "tragiques événements" de la soirée du vernissage du vendredi 13 août, je me suis rendue à la salle d'exposition pour poser, tout autour de l'oeuvre, une banderole de police indiquant le sinistre (page 98). J'ai voulu garder la salle intacte, car ainsi, j'avais le **témoin** d'une réalité sociale mais j'avais également, par le verres éclatées, le **témoignage** de la société. Ce témoignage tangible renvoyait l'image parfaite que nous présentait l'oeuvre, soit: La Société: Un rêve... rêvant d'être. Assise seule devant cette réalité, j'ai voulu continuer l'intervention mais à un autre niveau. Étant donné que l'exposition se poursuivait sur deux autres semaines, j'ai décidé de poursuivre et de rappeler le public à l'exposition.

J'ai donc fait paraître dans l'hebdomadaire le Lac Saint-Jean du 15 août une seconde annonce ou je lançais l'invitation suivante: "Déçu de ne pas être gagnant à la loterie? Venez déposer vos billets non-gagnants à l'exposition gagnante!" (page 99).

Ainsi, près de 150 personnes se sont présentées à l'exposition. Comme lors du vernissage, tous pouvaient voir défiler les mêmes messages sur l'afficheur électronique. Ils pouvaient également voir l'ordinateur défilant les pages-écran, mais cette fois-ci sans voir apparaître la formule gagnante. Cependant, le regardeur ne pouvait plus exercer son choix

car devant l'oeuvre il ne pouvait que constater le choix des autres, regarder les résultats et...
prendre conscience du pouvoir de Loto-Québec dans nos vies. Serait-ce que l'intervention des
uns puisse faire interagir les autres?

Aucun billet non-gagnant ne fut déposé dans la boîte...

Vue d'ensemble de l'exposition



Deuxième annonce insérée dans le journal le Lac-St-Jean, édition du 15 août 1993.

Déçu de ne pas être
gagnant
à la
loterie ^{ML}

Venez déposer vos billets
non gagnants
à l'exposition gagnante!

...

Bibliothèque Centrale de Prêt
100, rue Price Ouest, Alma

HEURES D'OUVERTURE: DU LUNDI AU JEUDI: 8h À 12h ET DE 13h À 16h
LES VENDREDIS DE 8h À 12h

Coupure de presse: Journal Le Lac Saint-Jean, 22 août 1993, page 22 et 23.

Un vernissage "pété"

Michelle Laforest prouve la folie du jeu

par Roger Lemay

ALMA- L'artiste Michelle Laforest, qui ne se gêne pas pour utiliser les moyens audiovisuels dans le but de créer des oeuvres tout à fait originales, en a surpris plus d'un lors du vernissage du vendredi 13 août dernier, alors qu'elle était l'hôte d'un événement hors du commun.

Tout d'abord, son vernissage avait lieu dans la salle principale de la Bibliothèque centrale de prêt (BCP) alors que se déroulait, simultanément, l'exposition des estampes de

Loto-Québec. Michelle Laforest avait convié un certain nombre d'invités (ils étaient en fait plus de 50 vendredi soir) à son vernissage, qui a été le théâtre d'un événement tout à fait

marginal.

C'est que l'artiste Laforest, dans sa démarche, souhaitait conscientiser le public à la folie de l'argent, via les loteries, et c'est ce qui lui a fait créer des oeuvres dans lesquelles (lire à l'intérieur desquelles) se trouvaient des billets de loterie.

Elle avait même préparé un concours qui a eu sa gagnante, en l'occurrence Ruth Parent d'Alma, directrice générale de

l'entreprise Poly-copie-Québec. La gagnante avait le choix de faire ce qu'elle voulait avec les oeuvres (au nombre de trois) qui se retrouvaient devant elle. Un marteau avait été mis à sa disposition, au cas où... La gagnante a décidé de s'abstenir de briser la vitre contenant les oeuvres mais ce ne fut pas le cas d'une "âme charitable" venu l'épauler pour l'occasion, en l'occurrence madame Johanne Hamelin.

Celle-ci a même été imitée dans son geste par une autre dame sortie de nulle part et ayant décidé

de tenter le sort à son tour. À la surprise générale, cette dame a empoigné le marteau doré faisant partie intégrante de l'exposition pour ainsi fracasser une autre des trois oeuvres du montage.

Évidemment, personne n'a gagné quoi que ce soit en grattant le petit billet qui se trouvait à l'intérieur des oeuvres, et, même si cela avait été le cas, les gagnants se seraient tôt ou tard aperçus que les billets étaient périmés...

Cette démonstration prouve, a dit l'artiste Laforest, que la folie du jeu s'empare encore et de



Madame Johanne Hamelin a pris part à la démonstration avec fougue et énergie.



Le vernissage, où il s'est cassé bien du verre, a attiré quelque 50 invités à la Bibliothèque centrale de prêt de la rue Price.



Michelle Laforest et la "gagnante" de sa "quasi-loterie", madame Ruth Parent.

plus en plus du public. Les différentes loteries font miroiter mer et monde aux joueurs et au public en général, ce qui contribue à l'illusion

du bonheur instantané, du bonheur disponible en grattant un bon de papier, a dit l'artiste.

Michelle Laforest, avec ce dernier tra-

vail en arts utilisant les moyens audiovisuels, complète ainsi sa maîtrise universitaire amorcée il y a deux ans et demi.

Coupure de presse: Journal Progrès-Dimanche, 22 août 1993, page 52.

Oeuvre de communication

Michèle Laforest a vécu un vernissage fracassant

ALMA (PET) - Michèle Laforest a fait vivre un événement original à ceux et celles qui étaient à la Bibliothèque centrale de prêt du Saguenay—Lac-Saint-Jean, le vendredi 13 août. On l'a situé dans le cadre de l'exposition parallèle de la Collection Loto-Québec.

Mme Laforest en parle comme d'une «œuvre de communication». Le carton d'invitation lui-même ne présentait pas les choses aussi précisément. L'artiste elle-même n'y avait pas fait figurer son nom. Sous forme de billet de loterie, il invitait les gens au vernissage du vendredi 13 de façon originale: «Grattez. Découvrez trois rêves identiques et gagnez le rêve indiqué dans la case Votre rêve». Parodie de l'approche de Loto-Québec, il parlait aussi de rêve boni.

En fait, le travail de Michèle Laforest témoigne d'une recherche entre l'art et la communication. «Avant cette démarche(...) je savais intuitivement que les communications avaient une place spécifique à prendre dans mon art.



INTERACTIF - Michèle Laforest pose en compagnie de Ruth Parent, la personne choisie par l'ordinateur et qui a pris une part active à l'œuvre.

(Photo Jean Briand)

Maintenant, je suis en communication avec cette approche qui suggère de faire de l'art en empruntant tous les pouvoirs des communications», estime Laforest.

Tour à tour, les détenteurs de billets (cartons) validés sur place prenaient place à l'ordinateur et faisaient avancer la

séquence déjà programmée; le hasard a choisi Ruth Parent comme gagnante. Elle a eu trois choix: continuer à rêver, développer sa prise de conscience du phénomène de Loto-Québec ou agir sur l'œuvre. Michèle Laforest se montre plus satisfaite de l'évolution de la soirée, elle qui

s'attendait à ce qu'on s'y limite à continuer de rêver.

En fait le marteau doré a servi. Assistée de Johanne Hamelin, la gagnante a fracassé la vitre de l'œuvre. Là ne s'est pas arrêtée la performance.

Une femme qui avait obtenu son billet d'invitation par une invitation anonyme de Michèle Laforest publiée dans un journal a fracassé la vitre d'une seconde œuvre. Mme Laforest apprécie la communication, l'interaction qui s'est ainsi produite. Même si elle a fracassé l'œuvre dans sa forme première, l'effet Loto-Québec a été le plus fort, indique-t-elle. Derrière la vitre, on trouvait un billet à gratter.

Les trois œuvres avaient pour titre: «La Société: Un rêve... Rêvant d'être!»

L'artiste apprécie le lancement interactif, l'événement étant axé sur la communication et le rêve. Elle a vu à laisser la vitre par terre, pour le temps de l'exposition, jusqu'au 29 août. Pour s'en assurer, elle s'est procurée auprès des policiers une

bande jaune comme celles interdisant l'accès à un lieu.

Chose certaine, ce vernissage a été plus dynamique que bien d'autres, de mentionner Michèle Laforest.

Sur place, un afficheur à défilement rappelait les sommes distribuées aux gagnants de Loto-Québec en comparaison des bénéfices nets après déductions, des données qui elles aussi démontrent à leur façon que le rêve est bien présent dans notre société. «On achète plus un rêve que du réel. Au fond, pas besoin d'être riche pour être heureux; il suffit d'être bien et ne pas attendre après la loterie pour être heureux», résume Michèle Laforest.

Vers quoi se dirige Michèle Laforest? «Le défi de mes créations actuelles et futures consiste à utiliser les communications, de les présenter dans un contexte de l'art et faire en sorte que les communications puissent dans ce sens, s'adresser, tout comme le fait l'art, à l'intelligence sensible jumelant ainsi l'esthétisme, le message et l'émotion», écrit-elle.

Coupure de presse: Journal culturel *Lubie*, 15 sept. au 15 oct. 1993, page 12.

ARTS MÉDIATIQUES

"Un rêve ...rêvant d'être"

ALAIN LAROCHE

"**T**on gratteux y s'gratte pas!" C'est en ces termes que ma chum m'annonça que nous étions invités au vernissage de l'exposition interactive "Un rêve...rêvant d'être". Un gros gratteux noir et or faisait office de carton d'invitation. Il y était indiqué de gratter les cases où pouvait être dissimulé mon rêve...Mais voilà, c'est un faux gratteux...et mes rêves je ne les gratte jamais! En entrant dans la salle d'exposition de la B.C.P. (Bibliothèque Centrale de Prêt) je suis accueilli par l'artiste Michelle Laforest qui prend soin de valider mon faux gratteux et de m'expliquer le déroulement de la soirée. Un dispositif comprenant un vidéo-poker factice avec clavier plaqué or, trois dessins/collage dans des cadres aluminium couleur or et un podium où trône un marteau peint or est placé au centre. Sur les murs, on trouve la collection d'estampes de *Loto Québec*. Un babillard électronique défile des messages de bienvenue à l'exposition ainsi que des informations sur le montant global

remis en prix par *Loto Québec* et les profits générés par cette société d'état. A tour de rôle, quelques personnes se risquent sur la machine à sous électronique en espérant tirer la combinaison gagnante leur permettant de gratter un des billets se trouvant sous verre dans les dessins/collage. Enfin! le moment magique survient...une gagnante...marteau en main, elle est invitée à briser l'un des trois dessins/collage. Elle hésite...n'est pas iconoclaste qui veut, mais dans la salle on l'encourage à tout casser. Manquant de courage, elle demande à une tierce personne d'accomplir le travail. Le verre éclate, le billet est gratté et...rien, l'atmosphère tombe, le dessin/collage pendouille, l'événement est terminé, chacun retourne siroter sa bière ou son vin blanc et discute de tout et de rien. Et pan...de nouveau un dessin/collage éclate, une joueuse, une vraie cette fois, a décidé de tenter sa chance. On sent que ça dérape. Je regarde les estampes de *Loto Québec* et me demande s'ils n'y passeront pas aussi. La responsable de cette expo

devient très nerveuse. Mais enfin, tout revient à la normale, la bonne dame déçue quitte la salle sans son rêve.

Je suis retourné cette semaine pour revoir cette installation en toute tranquillité afin de prendre quelques notes pour cet article. Quelle ne fut pas ma surprise de voir un cordon de police limitant l'accès aux artefacts. Comme si il y avait eu délit ou vandalisme.

Quelle est l'intention?

Un faux crime, un faux gratteux, un faux vidéo-poker, de faux dessins/collage détruits, une vraie collection d'estampes dans une vraie salle d'exposition...rêve ou réalité?

Une phrase défile sur le babillard électronique:

"Cette année, le bénéfice net de *Loto Québec* fut de 457 millions de dollars" Ça c'est un vrai vol pour du faux rêve.



Coupure de presse: Journal Le Quotidien, 28 août 1993, page 16.

Par ouï-dire

La 3e édition de la Biennale prend fin demain

par Christiane Laforge
ALMA (CL) — La troisième édition de la Biennale du dessin, de l'estampe et du papier a connu une croissance de 32 pour cent du nombre de visiteurs. A la Place de la Biennale à Alma on a dénombré près de 10 000 entrées. La Biennale

prendra fin demain, 29 août. Les organisateurs attribuent le succès de cette année à la variété des créations artistiques, à l'exposition plus volumineuse et à l'animation.

«En poursuivant le dossier de la tournée de la Biennale en France et en Belgique, en com-

pagnie du délégué en Europe, Yann Menguy, le président Bernard Pilote est assuré plus que jamais de la viabilité d'un événement de cette envergure en région», confie Jocelyn Robert, responsable des communications.

A noter que l'exposition «Graveurs d'Amérique» se poursuit jusqu'au 12 septembre au Musée Louis-Hémon.

Le CRC est inquiet pour les régions

Le président de la Conférence nationale des Conseils régionaux de la culture, Ber-

nard Pilote, est inquiet de la sous-représentation des régions dans la composition du nouveau Conseil des arts et des lettres du Québec, dévoilé par la ministre de la Culture, Lisa Frulla.

Il ne s'agit pas de mettre en doute la compétence des personnes nommées, dit-on, mais: «La Conférence nationale des Conseils régionaux de la culture ne croient pas qu'ils représentent géographiquement et culturellement les artistes, créateurs et associations culturelles qui oeuvrent sur l'ensemble du territoire québécois».

Les craintes persistent depuis la commission parlementaire de 1991 quant à la montréalisation de l'application de la politique culturelle. Bernard Pilote déclare: «Nous sommes très inquiets sur la valeur démocratique des prochaines étapes lorsqu'il adviendra le moment de départage des enveloppes budgétaires entre les régions du Québec et du choix des individus qui siégeront sur les comités d'évaluation et de sélection des programmes de subvention sous la responsabilité administrative du CALQ».



VERNISSAGE - Johanne Duhamel a participé au vernissage de Michelle Laforest, qui a présenté son exposition «La société un rêve...révant d'être» à la BCP, à l'occasion de la Biennale du dessin, de l'estampe et du papier du Québec. (Photo Jean Briand)

3.3 L'art sociétal une finalité en soi

L'art et la communication; la communication et l'art. Oui, il existe une jonction entre ces deux domaines. J'ai tenté par mes oeuvres de présenter la sphère où l'art et les communications peuvent se compléter et se renforcer.

En fait, ce que l'on peut constater dans notre société, c'est qu'il existe entre l'art et les communications un partage évident dans leurs pouvoirs respectifs. Il est possible et souhaitable d'utiliser la force de chacun pour créer des oeuvres.

Évidemment dans mes oeuvres, les communications partagent une part égale avec l'art. Ces oeuvres ont su utiliser rapidement la force de l'art et le pouvoir des communications dans le cheminement de leur création et de leur réalisation.

Cependant, nous savons que l'art constitue la mémoire d'une société. Elle représente et laisse en héritage un portrait de ce qui nous caractérise et de ce qui nous identifie. Le message de l'art prend sa force lorsque le regardeur s'identifie, se reconnaît et lui laisse en mémoire une réalité et ce, en fonction des oeuvres. Mes oeuvres ont su jouer ce rôle en réalisant des portraits de société.

Ainsi, ce cheminement m'a amené à créer des oeuvres qui veulent toucher le regardeur en utilisant tous les pouvoirs des communications mais aussi, en utilisant tous les pouvoirs que possède l'art. La référentialité est présente par les sujets qu'ils soient; politique, économique, environnemental; l'expression est présente dans les moyens utilisés et le message est médiatisé laissant au regardeur le choix de se positionner dans ce portrait. Les oeuvres que je propose comme étant de l'art sociétal deviennent une finalité en soi puisque je tente de m'immiscer et de faire partie intégrante de l'émotion du regardeur.

Vous trouverez dans le cahier complémentaire placé en annexe A, la description et l'évaluation de mes oeuvres antérieures qui ont servis de prémisse à ce concept artistique.

Conclusion

Ce travail de recherche m'a donné la possibilité d'établir les relations qui pouvaient exister entre l'art et la communication. Effectivement, en réalisant des parallèles, en effectuant des associations entre les pouvoirs de l'art et ceux de la communication, j'ai réussi à identifier ce qui pouvait me **nourrir** à titre d'artiste.

Ce cheminement m'a permis, dès lors, d'être capable de communiquer de façon efficiente et sans équivoque, mes émotions d'artiste. En fait, cette progression colle parfaitement à ma propre réalité d'artiste et de concepteure / graphiste.

Avant cette recherche, l'art faisait partie intégrante de ma vie et il prenait toujours une place plus qu'importante dans mes travaux de graphisme. Les résultats étaient parfaits et s'arrimaient avec le produit de communication. À l'inverse, les communications devaient de plus en plus faire partie intégrante de mes oeuvres artistiques. Cependant, je ne savais pas **où et comment** immiscer la communication dans mes oeuvres mais je savais, intuitivement, que les communications avaient une place spécifique à prendre dans mon art. Maintenant, je suis en communion avec cette approche qui suggère de **faire de l'art en empruntant tous les pouvoirs des communications**. Cependant, pour moi, cette façon de faire doit être

réalisée dans l'optique de laisser en héritage un portrait de notre société. **L'art doit être un artéfact pour les générations futures.** De plus, si les gens ont la possibilité d'interagir sur les oeuvres pour émettre leur opinion, cela donne encore plus de force à mes oeuvres puisque l'émotion de l'artiste est **bonifiée** ou **banalisée** par le grand public.

Dans cette nouvelle approche alliant les pouvoirs de l'art et de la communication, l'art n'est plus seulement de l'émotion face à l'esthétisme visuel, mais l'art est et peut être également de l'**esthétisme émotionnelle issue d'une pensée**. Cette façon de faire exige une grande disponibilité puisqu'elle remet sans cesse en cause le regard de l'artiste. C'est un défi de taille car je dois, dans mon apport d'artiste, rejoindre le regardeur, le grand public, afin de toucher leurs émotions.

Ces oeuvres produites dans le contexte dite "oeuvres de communication" et du nouveau champ artistique en définition que j'ai illustrer à la page 65 et dont j'ai défini les différents paramètres tout au long de cette analyse, actualisent la façon d'impliquer un artiste dans ce début du 21^e siècle.

Tous ces facteurs m'amènent à vous présenter les paramètres qui caractérisent ma

démarche. Ceux-ci sont résumés à la figure XIV de la page 109. Cependant, il faut préciser que tout ce qui m'a amené à m'engager dans ce champ artistique, c'est-à-dire, dans des oeuvres de communication n'est que le fruit de l'intuition qui constitue en fait, la **création de l'artiste dans son cheminement personnel**. Mes oeuvres actuelles et futures devront s'actualiser au rythme du pouvoir des communications tout en demeurant des **témoins** capables de témoigner de l'authenticité de cette société.

1/Expertise	2/Oeuvre artiste public oeuvre	3/Signes	4/ Médium	5/ Réflexion	6/ Art
DUCHAMP					
<ul style="list-style-type: none"> • contexte de l'art • période/industrialisation • ready-made • veut remettre en question les bases de l'art 	<ul style="list-style-type: none"> • exposer des objets qu'il n'a pas fait • jeu de l'esprit • invention & idée • ludisme dans l'art • questionne le public, l'artiste et l'oeuvre 	<ul style="list-style-type: none"> • minimaliste • facilement identifiable • instantanément • jeu de l'art Faire changer l'art 	<ul style="list-style-type: none"> • vitre • toile • huile • objet • texte • nouveau médium ready-made 	<ul style="list-style-type: none"> • l'art pour l'art questionne l'art réflexion sur l'art 	<ul style="list-style-type: none"> • référentiel • expressif • témoin et témoignage portrait de la société • questionne le milieu de l'art
WARHOL					
<ul style="list-style-type: none"> • contexte de l'art • période/mécanisation • l'art est un commerce & l'oeuvre d'art une marchandise • Pop'Art • reproduction/sérigraphie • really-made * 	<ul style="list-style-type: none"> • multiplication des oeuvres d'art • il confie souvent la réalisation de ses oeuvres à ses assistants • répétition de l'idée • se sert du vedettariat des sujets traités • identification 	<ul style="list-style-type: none"> • minimaliste • minimum d'objet de signe • identifiable • instantanément • constact • jeu du vedettariat Portrait de cette société 	<ul style="list-style-type: none"> • reprographie • logo compagnie • texte • photographie • caméra super 8 nouveau médium • nouveau médium sérigraphie 	<ul style="list-style-type: none"> • questionne la société (identification) retourne une image (effet miroir) 	<ul style="list-style-type: none"> • référentiel • témoin et témoignage portrait de la société
HAACKE					
<ul style="list-style-type: none"> • contexte de l'art • période/information • l'art & l'argent • social, politique, événementiel 	<ul style="list-style-type: none"> • oeuvre renforcement des informations • oeuvre unique en fonction du lieu dans le contexte de l'art • message social • contre maître de ses expositions • veut faire réagir les gens conscientisation 	<ul style="list-style-type: none"> • minimaliste • minimum d'objet de signe • identifiable • instantanément • questionne la société dans le contexte de l'art Informier 	<ul style="list-style-type: none"> • objet • peinture • reprographie • logo compagnie • texte • photographie • caméra super 8 • panneaux publicitaires • nouveau médium la publicité battage publicitaire 	<ul style="list-style-type: none"> • questionne la société • amener une réflexion sur la société • informe action/réaction • amener des changements dans les comportements 	<ul style="list-style-type: none"> • expressif et référentiel • témoin et témoignage portrait de la société • questionne le milieu de l'art et la société
LAFOREST					
<ul style="list-style-type: none"> • contexte de l'art • période/communication • l'art et la communication • social événementiel interactivité 	<ul style="list-style-type: none"> • insertion dans les moyens de communication comme médium • oeuvre interactive • oeuvre pour le grand public 	<ul style="list-style-type: none"> • minimaliste • minimum d'objet de signe • identifiable • instantanément • questionne la société • réflexion sur l'existence propose un choix/libre arbitre 	<ul style="list-style-type: none"> • télévision • journaux • ordinateur • texte • logo de compagnie • panneaux publicitaires • campagne publicitaire • les communications 	<ul style="list-style-type: none"> • questionne la société • amener une réflexion • action • propose de nouveaux moyens 	<ul style="list-style-type: none"> • référentiel et expressif • témoin et témoignage portrait de la société • questionne le milieu de l'art et la société

Figure XIV: Évaluation qualitative de mon intervention artistique en rapport avec trois approches artistiques différentes.

* TREMBLAY, Denis, La sculpture environnementale point de vue historique, UQAC, 1988.

Bibliographie

CAUQUELIN, Anne, L'art contemporain, Que sais-je? #2671, Presses Universitaires de France, 1992, 127 p.

DE DUVE, Thierry, Cousus de fil d'or, Beuys, Warhol, Klein, Duchamp, Art édition, 1990, 103p.

DELACAMPAGNE, Christian, L'Aventure de la peinture moderne de Cézanne à nos jours, Cahiers des Arts visuels au Québec, Éditions Mengès, 1988, 141 p.

EVANS-CLARK, Philippe, Interview par Philippe Evans-Clark, Artpress, no 136 (mai 1989).

FISCHER, Hervé, Citoyens sculpteurs, une expérience d'art sociologique au Québec, Éditions S.E.G.E.D.O. 195 p.

FUGITT, Éva D., Celui qui a commencé le premier, Éditions Centre d'intégration de la personne, 1984, 135 p.

LACHANCE, Michaël, Philosophie et média: l'occasion du néant, Mutations 1990 de Cf. Marshall McLuhan, traduction F. Chesneau, Coll. medium, Mame, 1969, dossier remis lors du cours art et individu 1990.

LAROCHE, Alain, Galerie d'art télématique, Interaction Qui, cadre théorique, 1991.

HAACKE, Hans, Artfairismes, Centre Georges Pompidou, 1989, 127 p.

HOLTZ-BONNEAU, Françoise, Lettre image ordinateur, le pari informatique des arts visuels, 1987, 192 p.

HOLTZ-BONNEAU, Françoise, L'image et l'ordinateur, Aubier, 1986, 354 p.

LÉVY, Pierre, L'invention de l'ordinateur, texte remis lors du cours art et science 1991.

QUÉAU, Phillipe, Éloge de la simulation, Collection du Champ Vallon, 1986, 257p.

MCLUHAN, Marshall, Pour comprendre les médias, les prolongements technologiques de l'homme, Collection Hurtubise HMH, 1972, 390 p.

OBALK, Hector, Andy Warhol n'est pas un grand artiste, Éditions Aubier, 1990, 145 p.

PAYSAGES VIRTUELS, Image vidéo, image de synthèse, Éditions DIS VOIR 1988, 100 p.

POISSANT, Louise, MACHINATIONS, La société d'esthétique du Québec, 1989, 127 p.

RECHERCHE, spécial, La révolution des images, Paris, no 144, mai 1983.

RILKE, Maria, Lettres à un jeune poète, Les Cahiers Rouges, Éditions Berbard Grasset, 1937, 150 p.

SMITHSON, Robert, Une petite valise pleine de souvenirs, dossier Duchamp, Artpress no 178 (mars 1993), 99 p.

SNYERS, Alain, Correspondance chatelet-halles, Shakespeare international, 1982, 100 p.

TOMKINS, Calvin, Duchamp et son temps, Éditions Times-Life, 190 p.

TRAVERSESES / 26, Rhétoriques de la technologie, Éditions de Minuit, 1982, 160 p.

TREMBLAY, Denis, La sculpture environnementale, articulation conceptuelle et illustration, UQAC, 1988, 303 p.

TURCOTTE, Roselyne, Vers une terminologie des arts infographiques, CEFRIO, 1989, 135p.

UNESCO, L'art et les nouveaux médias, rapport 53, Éditions Renouf Itée, 1984, 38 p.

WEISSBERG, Jean-Louis, Les chemins du virtuel, simulation informatique et création industrielle, Cahiers du CCI numéro spécial, Éditions Centre Georges Pompidou, 1989, 200p.

ANNEXE A

**Cahier complémentaire présentant les oeuvres antérieures
et s'inscrivant dans l'évolution de la démarche artistique.**

TABLE DES MATIÈRES

1. Oeuvre "SIGNAL"	3
1.1 Fiche technique	3
1.2 Présentation de l'oeuvre	3
1.3 Description de l'oeuvre	3
1.4 Évaluation de l'oeuvre	7
2. Oeuvre "EXPOSITION DES CORPS"	10
2.1 Fiche technique	10
2.2 Présentation de l'oeuvre	10
2.3 Description de l'oeuvre	11
2.4 Évaluation de l'oeuvre	12
3. Oeuvre "QUI ÊTES-VOUS VRAIMENT"	22
3.1 Fiche technique	22
3.2 Présentation de l'oeuvre	22
3.3 Description de l'oeuvre	22
3.4 Évaluation de l'oeuvre	30
4. Évaluation qualitative	38
5. Oeuvre "LE SUICIDE DE SA CRÉATIVITÉ"	39
5.1 Fiche technique	39
5.2 Présentation de l'oeuvre	39
5.3 Description de l'oeuvre	40
5.4 Évaluation de l'oeuvre	44

1. "SIGNAL"- Oeuvre télématique/interactive

1.1 Fiche technique

Présentation: Du vendredi 4 octobre à minuit au mardi 8 octobre 16 heures 1991.

Endroit: En différé sur le câble de la télévision communautaire d'Alma, Cogéco.

Nombre de fois diffusé: De 50 à 60 fois par jour.

Nombre de participant: Tous les abonnés du câble, soit le secteur d'Alma et sa périphérie.

1.2 Présentation de l'oeuvre

L'exposition " SIGNAL " utilisait les médiums suivants: le vidéotex, la câblodiffusion, la téléphonie et un message sur un répondeur. Ces différents médiums étaient reliés entre-eux pour former une synergie constituant une oeuvre interactive.

Dans cette exposition, le **témoin de l'oeuvre** est un cercle d'individus et le **témoignage de l'artiste** est issu de la communication engendré par l'oeuvre.

1.3 Description de l'oeuvre

Dans tous les endroits où nous nous trouvons, la présence de la télévision est devenue une "omniprésence morale" qui capte les regards, l'intérêt, l'attention des individus, sans que ceux-ci ne s'en rendent pas vraiment compte. La preuve, en est que dans la majorité des foyers, tous les meubles sont dirigés spatialement vers les moyens de communications de

façon à faciliter l'écoute. Ainsi, une part de la perception est suspendue à ce médium et engendre une perte au niveau de la communication. C'est ce qui m'a amené à créer une oeuvre avec ce même média mais dans l'optique ultime de démontrer une analogie, à partir d'un moyen de communication où la communication fut elle-même brimée par ce même médium.

Donc, de ces constats, j'ai élaboré une oeuvre qui fut insérée dans le défilement des annonces du câble. L'oeuvre, d'une durée de soixante secondes, était constituée d'une page par mot-clé. Voici ce que présentait ce message:

SIGNAL- Marlène - Johanne - Michelle - Lise - Doris

Sandra - Karina - Richard - Marguerite - Bertrand - 662-6203

Ces prénoms sélectionnés pouvaient s'adresser ou questionner, ou faire interagir trois catégories d'individus et ce, allant du particulier au général, soit:

Catégorie autoréférentielle/particullère; puisqu'il s'adressait à une famille particulière, en l'occurence la mienne. Ainsi, différents individus soit; ma mère, mon père, mon frère, mes soeurs, mes cousins, mes cousines, mes oncles, mes tantes pouvaient interagir face à ce message visuel anonyme puisqu'il leur renvoyait une autoréférentialité immédiate et évidente. Ainsi en se questionnant sur la représentation de cette série de prénoms connus et particuliers, ils voulaient avoir une réponse à leur questionnement, et communiquaient entre eux ou téléphonaient au numéro de téléphone pour avoir une réponse à leurs questions:

- *pourquoi tous les prénoms de la famille Laforest?*
- *est-ce un concours? une invitation? une blague?*
- *est-ce une coïncidence que tous les prénoms soient diffusés?*
- *est-ce un message rose?*

Cette relation de communication réalisée, rétablissait en faite, la communication perdue provoquée au départ par ce même médium. Je voulais que cette communication remplace précisément celle qui était perdue au profit de celle présentée à la télévision.

Catégorie personnelle / générale puisque ces prénoms s'adressaient à toutes les personnes portant un de ces prénoms, cela pouvaient toucher un niveau diversifié de personne et ce, avec un rayonnement plus large et provoqué ainsi un questionnement d'un type similaire au phénomène constaté à la catégorie référentielle/particulière:

- *pourquoi mon prénom apparaît-il à la télévision?*
- *est-ce un concours? une invitation? une blague?*
- *est-ce une coïncidence que tous les prénoms soient diffusés?*
- *est-ce un message rose?*

Catégorie globale puisque ces prénoms pouvaient s'adresser à une personne

connaissant une autre personne portant un de ces prénoms. Cela pouvait toucher un niveau plus général d'individus et ainsi provoquer le même phénomène établi à la catégorie référentielle/particulière:

- pourquoi le prénom de mon amie, ma fille, mon frère, ma voisine... est-il présenté à la télévision?

Le numéro de téléphone était relié à un répondeur qui livrait, avec une musique de fonds, le message suivant;

« Même si vous étiez dans une prison, dont les murs étoufferaient tous les bruits du monde, ne vous resterait-il pas toujours votre enfance, cette précieuse, cette royale richesse, ce trésor des souvenirs? Tournez là votre esprit. Tentez de remettre à flot, de ce vaste passé, les impressions coulées. Votre personnalité se fortifiera, votre solitude se peuplera et vous deviendrez comme une demeure aux heures incertaines du jour, fermée aux bruits du dehors.» ¹

Toutes les personnes qui ont composé le numéro de téléphone croyaient avoir une réponse claire face à leur questionnement puisque la télévision est un médium reconnu pour livrer un message clair. Cependant, j'ai pris grand soin de les retourner à un message symbolique, un retour au source face à un ancrage familial, les faisant réfléchir sur la communication à l'intérieur d'un groupe précis.

¹ RILKE, Rainer-Maria, Lettres à un jeune poète, Les Cahiers Rouges, Grasset, Éditions Bernard Grasset 1937, p.20.

Ce message poétique, tiré de l'oeuvre de Maria-Rainer Rilke, ne faisait que renforcer leur incompréhension mais en même temps la communication jouait son rôle sans que personne ne se doute du subterfuge. Ainsi, moins la personne parlait plus elle comprenait le sens de la communication et tirait profit du **témoignage de l'artiste** par son témoin lui-même.

1.4 Évaluation de l'oeuvre

L'oeuvre "**SIGNAL**" avait comme objectif d'utiliser le média pour le média en respectant sa fonction première de la communication.

La problématique soulevée lors de cette manifestation était de faire prendre conscience à un groupe d'individus restreint, s'adressant particulièrement à une famille, que la présence de la télévision étouffait souvent cette communication entre les pairs.

Puisque la communication à l'intérieur d'un noyau familial ou un groupe d'amis est essentiel à l'évolution de la personne, ce phénomène amène les gens à prévoir des scénarios de communication. La télévision, média de communication, nous offre différentes images, émotions, en fait elle offre une référentialité immédiate et instantané et ce, de façon à ce que tout soit consommé sans analyse du message puisque les situations se rapprochant de notre

réalité par leur similitude.

Ainsi la spontanéité, la créativité, l'implication personnelle sont anéanties étouffant notre participation dans cette communication.

Mon intervention voulait ramener un groupe d'individus à une communication entre-eux et ce, à partir d'un médium de communication, a provoqué; puisque plusieurs personnes ont participé à cette manifestation en communiquant entre-eux ou en laissant un message sur le répondeur.

On remarque ici, qu'il y a un juste retour des choses. La boucle de la communication s'est refermée, puisqu'il y a eu un émetteur, un message, un récepteur et vise versa. La communication n'était plus unidirectionnelle mais amenait les gens à une participation active et à une réflexion.

Cependant, j'aurais voulu pousser davantage cette intervention pour que cette manifestation amène les gens à une réflexion sur le niveau de communication que pouvait provoquer ce moyen de communication et ainsi démontrer qu'il est possible d'aller au-delà du stade de communication imposé par ce médium.

Le Lac-St-Jean, mardi 15 octobre 1991, p.42

Arts et culture

par Roger Lemay

Art événementiel

Michelle Laforest recrée une communication perdue

ALMA (R.L.)— Le moins qu'on puisse dire, c'est que le projet «interactif» de l'artiste Michelle Laforest d'Alma ne manque pas d'originalité.

Dans le cadre d'un cours de maîtrise en arts plastique, elle a décidé de mettre de l'avant un concept nouveau, en se servant de la télévision pour arriver à ses fins.

Avec l'aide de Cogeco Câble, elle aura réussi à recréer une communication entre les individus qui avait pourtant été

«défaite» à l'origine, par cette même télévision.

«La problématique est simple. L'arrivée de la télévision dans les foyers a contribué à faire perdre une communication entre les membres d'une famille d'abord. Je me suis donc servie du même médium pour la retrouver», a confié

Laforest, en entrevue la semaine dernière.

En l'espace de 4 jours, le Canal 10 de Cogeco Câble, réservé aux annonces, a diffusé près de 60 fois par jour des messages anonymes se limitant parfois à une phrase ou encore à une liste de prénoms, susceptibles d'interpeller les téléspectateurs. L'artiste avait même laissé un numéro de téléphone pour «répondre» en quelque sorte aux messages lancés à la télévision. Elle a obtenu une douzaine d'appels et évalué à environ 125 personnes le nombre de ceux ayant capté les messages à un moment ou à un autre de la journée.

Cette activité, qu'on pourrait qualifier d'art événementiel, sera proposé au professeur de Michelle qui pourra en faire l'évaluation.



Michelle Laforest

Michelle croit qu'elle aura réussi à faire se questionner quelques personnes sur cette «communication perdue» même si elle ne veut donner aucune leçon particulière. «C'est surtout une dénonciation de la situation actuelle. C'est aux participants d'en tirer une conclusion. Je leur laisse ça», a-t-elle rajouté.

2 "EXPOSITION DES CORPS" - Oeuvre télématique/installation éphémère

2.1 Fiche technique

Présentation: Le lundi 2 décembre 1991.

Endroit: Salle d'exposition "Galerie PASSAGE" au Collège d'Alma.

Durée de l'exposition: De 9 heures à 16 heures.

Nombre de participants: Environ 75 personnes, autant d'hommes que de femmes, en majorité des jeunes adultes et les autres, des d'adultes, faisant partie en général du personnel du Cégep.

2.2 Présentation de l'oeuvre

L'installation "**EXPOSITION DES CORPS**" employait simultanément les médiums suivants: trois téléviseurs, une caméra, deux magnétoscopes, le câble de la télévision communautaire d'Alma. Ces médiums diversifiés formaient un environnement facilement identifiable.

Dans cette exposition, le **témoin de l'oeuvre** exprime la vie et la mort et le **témoignage de l'artiste** avec l'utilisation des différents moyens de communication, expose la fragilité de ces états d'existence.

2.3 Description de l'oeuvre

La salle d'exposition était scénographiée ainsi: la porte d'entrée et de sortie était masquée par un grand rideau noir. Sur l'accès d'entrée on pouvait lire la phrase suivante: "une existence à la fois" . Sur l'autre accès, un symbole d'interdiction d'entrée. Ces deux voies d'accès étaient indispensables pour la réussite du projet parce que cela symbolisait l'entrée de la vie, le passage de l'existence et la sortie, symbolisée par la mort.

À l'intérieur de la salle, l'exposition était installée de façon symétrique de manière à ce que en entrant dans la pièce, la notion d'équilibre visuelle et psychique devient une évidence totale pour le spectateur. Ainsi l'axe central de la pièce était indiqué par un dessin d'empreintes de pieds nus fixées au sol indiquant la position où le spectateur devait être installé, l'invitant à la participation. Par le jeu des caméras, le participant serait mis à nu par le retour de son image. Toujours sur un axe central deux bougies, symboles de la vie et de la mort, se consumaient à petit feu à même l'exposition car lorsque celles-ci seraient éteintes l'exposition prendrait fin.

En face de cet axe central, une caméra vidéo retournait au public par un moniteur, leur image enregistrée sur cassette magnétoscopique. De chaque côté de cette caméra, un moniteur couleur et un magnétoscope retournaient des images différentes soient: des images

mystifiées d'un accouchement et une symbolique de la mort par la diffusion d'un cercueil vide.

Les images de l'accouchement déroulaient continuellement et ce, sur une période d'une minute. Cependant, il fallait visionner la scène au complet afin de découvrir le lien qui l'unissait au second moniteur soit celui de la mort. La trame sonore utilisée était le vagissement du nouveau-né.

Simultanément à la télévision communautaire d'Alma le message suivant défilait:

Les images se substituent à toutes choses comme s'il n'y avait que cela qui vaille la peine: que la représentation continue. Et quand il n'y a plus que le spectacle, que peut présenter le spectacle que le spectacle de la fin?

Ces phrases furent tirées d'un texte que je crois inédit par Monsieur Michaël Lachance.

Elles étaient affichées dans différents endroits stratégiques du Collège lors de la manifestation. Elles représentent une réalité donc nous pouvons constater les connotations avec l'oeuvre.

2.4 Évaluation de l'oeuvre

L'oeuvre " EXPOSITION DES CORPS" avait comme objectif d'utiliser un médium de

communication dans sa capacité et son pouvoir de projection pour provoquer une réflexion.

La problématique soulevée lors de cette exposition voulait faire prendre conscience aux participants du pouvoir de projection du médium de la télévision. Le monde se voit à travers la "réalité" diffusée par les images médiatisées à lesquelles nous nous accrochons inlassablement. Si les individus restent assujettis à ce niveau d'extériorisation sociale, c'est un peu la mort de notre réalité puisque nous assimilons des images toutes faites sans aucune participation de notre part.

La prise de conscience de l'existence est une nécessité dans cet état puisqu'il amène à un positionnement entre la vie, la mort et l'existence dans ce monde médiatisé.

Le scénario présenté dans mon intervention voulait placer l'individu au centre d'un dilemme constant soit celui de la mort ou de la vie, situation du choix, en lui imposant une limite dans sa prise de conscience. Le retour de son image la projection du "moi", dans cette position d'instabilité avait un effet similaire à celui imposé par les médias dans cette société dite de choix mais de choix balisés. De voir l'image de son personnage agissant dans ce contexte ne pouvait que l'aider à réfléchir sur le devenir de sa vie: où suis-je? où vais-je? qui suis-je?

Carton d'invitation



MUSÉE DE LA VIE
installation éphémère

EXPOSITION DES CORPS

lundi le 2 décembre 1991
 de 9h00 à 4h00
 • Cegep d'Alma • "PASSAGE" • arts visuels •

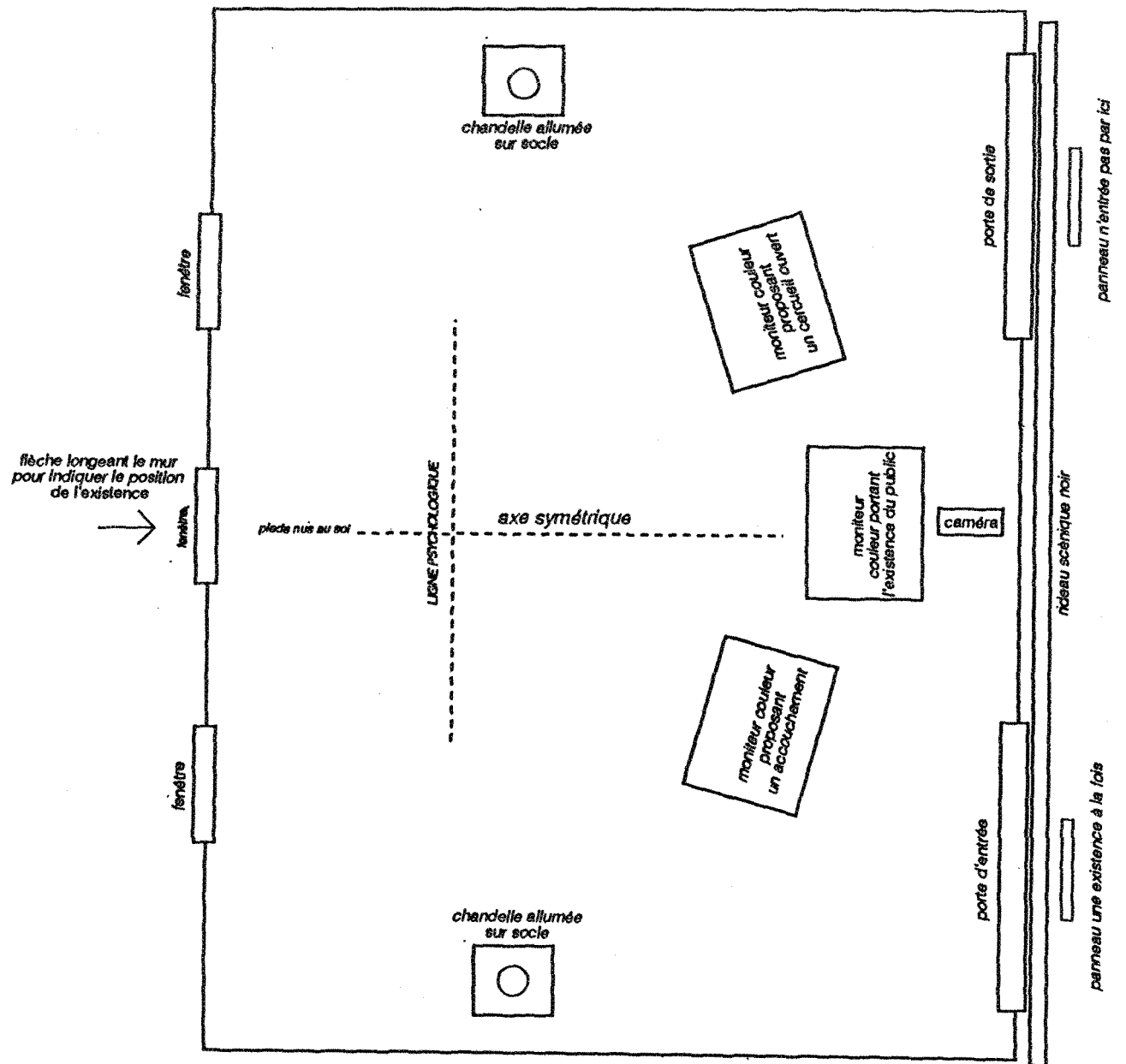


MUSÉE DE LA VIE
installation éphémère

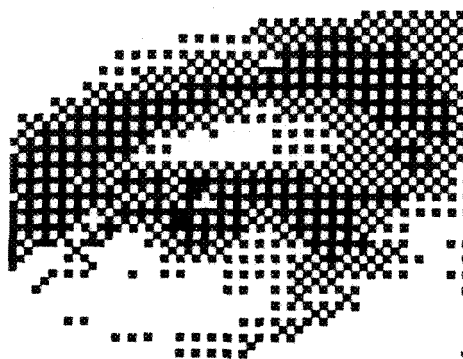
EXPOSITION DES CORPS

lundi le 2 décembre 1991
 de 9h00 à 4h00
 • Cegep d'Alma • "PASSAGE" • arts visuels •

Plan de l'espace de l'exposition "Musée de la vie"



Signalisation de l'exposition



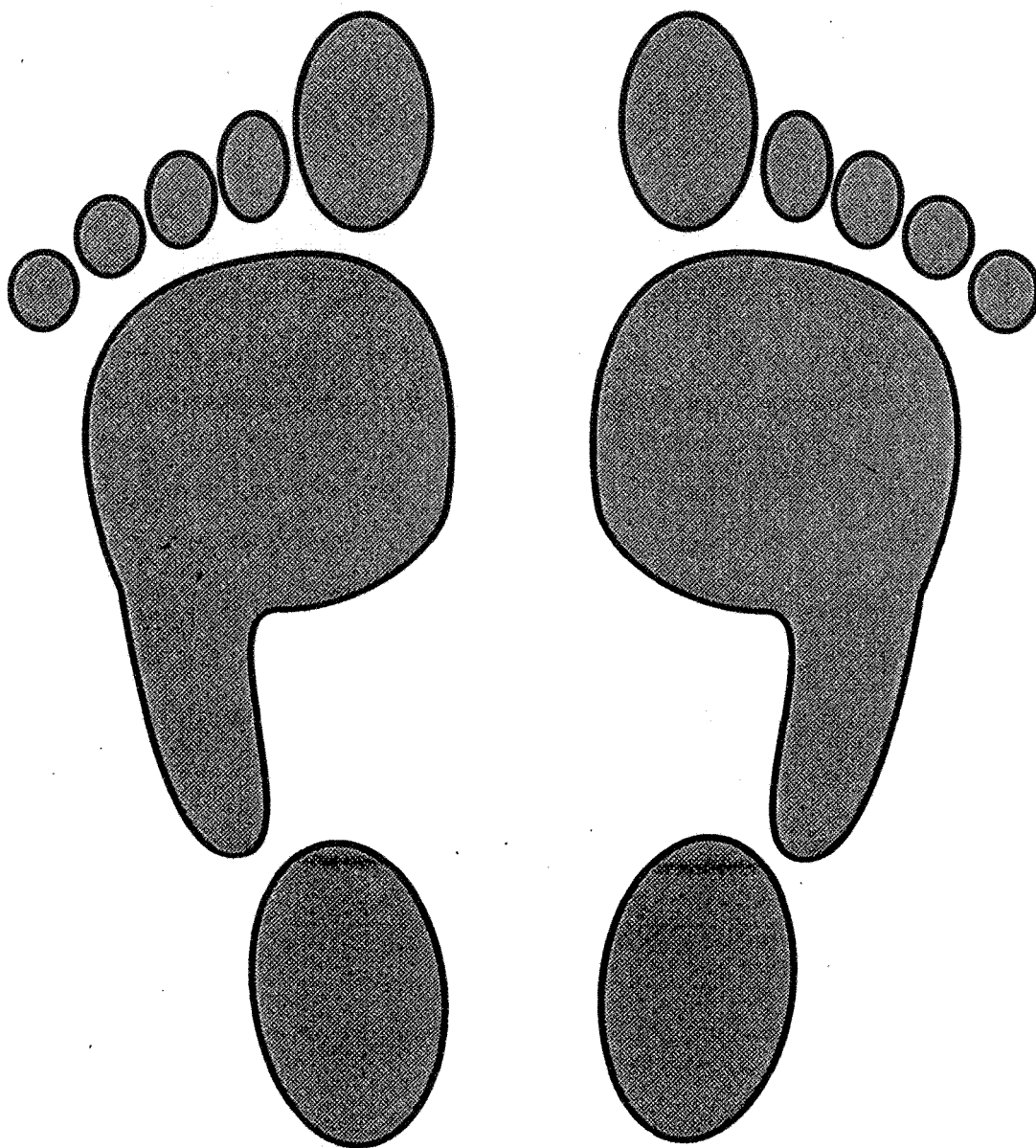
S.V.P.
UNE EXISTENCE À LA FOIS.

MUSÉE DE LA VIE
installation éphémère

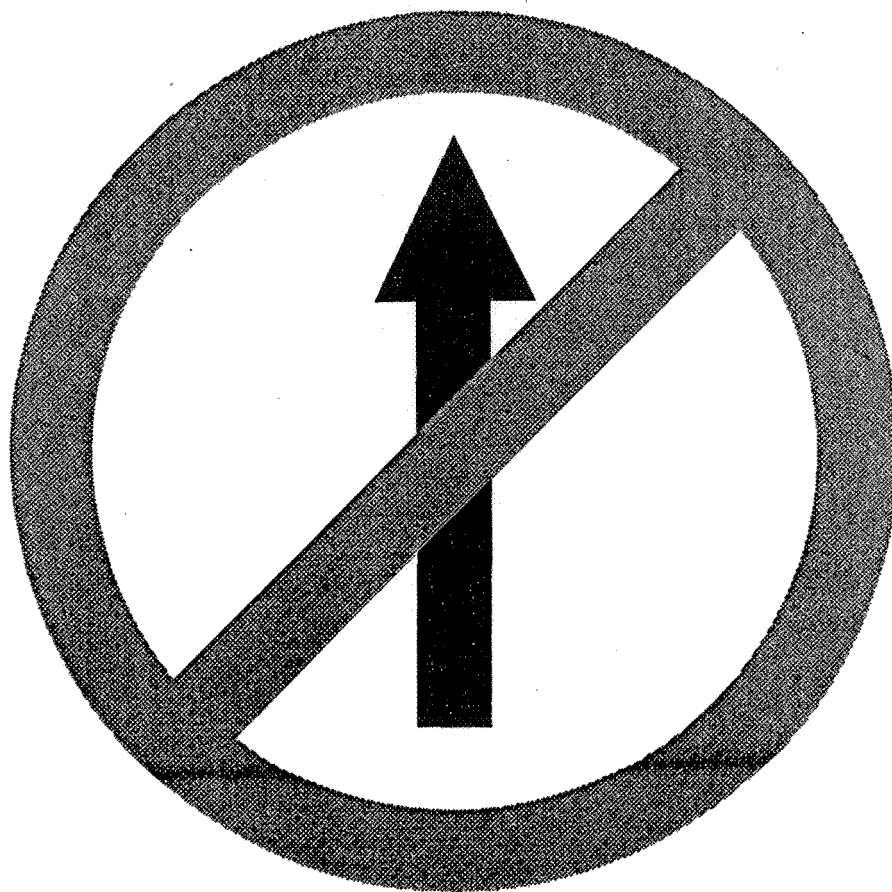
EXPOSITION DES CORPS

lundi le 2 décembre 1991
de 9h00 à 4h00

Signalisation de l'exposition



Signalisation de l'exposition



Lettre suicidaire (laissée dans la salle d'exposition)

Je soussigné moi Genevieve Lapointe
saine de corps et d'esprit devoir laissé mes biens
dont je vais faire la description en détail
et aussi Nommer les personnes à qui je
lègue ces mêmes biens.

Mon bien le plus précieux à mes
yeux, et ceux qui me connaissent pourront
en témoigner, est bien sûr mon système
de son et mes Disques Compacts et mes
cassettes, Je lègue cela sans hésitation
à mon amie Audrey qui je crois sera
la personne que pourra le plus apprécier,
Mon linge aux jumelle Julie et Valérie
surtout ma veste verte et mes gants qui
iront à Josiane qui pourra ainsi économiser
sur quelque peu son Argent.

Mon compte de banque à DAPA.

Salut
Genevieve Lapointe
Tennini Joseph Lapointe

Le Lac-St-Jean, mardi 10 décembre 1991, p.21

Laforest et l'art éphémère

ALMA (R.L.)— Michelle Laforest présentait une exposition d'art éphémère, le lundi 2 décembre dernier, à la galerie Le Passage du cégep d'Alma.

Il s'agissait d'un montage visuel utilisant des bandes vidéo pré-enregistrées, de même qu'une caméra en direct en circuit fermé, en plus de chandelles allumées. L'exposition, qui avait lieu de 9 h 00 à 16 h 00, propo-

sait différentes lectures mais s'attardait de manière particulière, à l'évolution humaine, de la naissance à la mort.

Cette installation interactive a été reprise, hier, à l'entrée du centre social du cégep d'Alma.



Michelle Laforest se sert beaucoup de la télévision lors de ses installations.

3 "QUI ÊTES-VOUS VRAIMENT" - Oeuvre infographique/interactive

3.1 Fiche technique

Présentation: Le lundi 9 décembre 1991.

Endroit: Entrée de la cafétéria et du centre social du Collège d'Alma.

Durée de l'exposition: De 9 heures à 16 heures.

Durée du test: De 6 à 10 minutes, dépendant des personnes.

Nombre de participants: Environ 150 personnes, autant d'hommes que de femmes, en majorité de jeunes adultes et des adultes faisaient partie du personnel du Collège.

3.2 Présentation de l'oeuvre

L'exposition "Qui êtes-vous vraiment?" utilisait les médiums suivants soient; deux ordinateurs, deux moniteurs couleurs et deux claviers. Cette manifestation fut mise en fonction dans l'entrée principale du Cégep d'Alma et ce, durant la période des examens.

Dans cette oeuvre infographique le **témoin de l'oeuvre** est l'individu et le **témoignage de l'artiste** est le changement technologique.

3.3 Description de l'oeuvre

Ce test est une banalisation des questionnaires souvent passés dans divers moyens de

communications tels journaux, télévisions, revues. Peu importe, nous sommes toujours confrontés à des messages d'identification et d'étiquettes. Ce test se veut un simulacre, un canular, un arnaque, pour provoquer une prise de conscience de cette **manipulation abusive** où nous laissons si souvent notre affect se prendre au jeu de l'imaginaire, où l'on ne sait plus distinguer la réalité et la fiction...

Dans le hall d'entrée du Collège d'Alma, les deux moniteurs couleurs et les deux ordinateurs étaient placés de façon à être vus et accessibles.

Les jeunes et les moins jeunes se sont prêtés spontanément à ce jeu questionnaire.

Mon choix d'intervention s'est arrêté sur des questions légères qui amenaient une approche facile et non contraignante. La forme de question a donné une certaine liberté à l'esprit, de façon à s'y perdre et pour ainsi jouer le jeu et ce, prendre aux jeux des questions de ce test qui défilaient comme suit: **TEST**

QUI ÊTES-VOUS

VRAIEMENT?

En réalisant ce test, vous aurez la chance de découvrir les nombreuses facettes de

votre personnalité.

D'après vos réponses aux différentes questions, nous vous permettrons de trouver enfin, la vraie personne qui sommeille en vous.

À vous de jouer!

1/ Quelle couleur de cheveux aimeriez-vous avoir?

- blond
- brun
- noir
- roux
- bleu

2/ Quelle couleur de yeux aimeriez-vous avoir?

- noir
- bleu
- brun
- vert
- gris

3/ Quelle grandeur aimeriez-vous avoir?

- 5 pieds et moins
- 5 pieds et 3 pouces
- 5 pieds et 8 pouces
- 6 pieds
- 6 pieds et plus

4/ De quel sexe aimeriez-vous être?

- homme
- femme
- androgyne
- bisexué
- eunuque

5/ Quelle serait votre lieu de résidence préféré?

- Australie
- Canada
- France
- Brésil
- sur une autre planète

6/ Quelle musique préférez-vous?

- classique
- rock
- populaire
- jazz
- nouvel âge

7/ À quel animal vous identifiez-vous?

- dauphin
- tigre
- aigle
- boa
- singe

8/ À quel objet vous identifiez-vous?

- Tour Eiffel
- votre voiture
- un tube de rouge à lèvres
- une montre
- ordinateur

9/ À quel végétal vous identifiez-vous?

- fleur
- arbre
- fruit
- légume
- plante marine

10/ Vous êtes ?

- zélé
- vaillant
- paresseux
- peureux
- lunatique

11/ Quelle partie de votre corps aimeriez-vous modifier?

- votre visage
- votre sexe
- vos seins
- vos oreilles
- votre ventre

12/ Quel est le rang que vous aimeriez occuper dans votre famille?

- le mère
- le père
- l'aîné
- le cadet
- l'entre-deux

13/ Vous aimeriez- être?

- célibataire
- marié
- divorcé
- amant
- toutes ces réponses dans l'ordre

14/ Combien d'enfants aimeriez-vous avoir?

- aucun
- 1
- 2
- 3
- 4
- et plus

15/ À quelle période de la vie aimeriez-vous rester pour toujours?

- bébé
- enfant
- adolescent
- adulte
- aîné

16/ Vous aimeriez vous confier à...

- votre mère
- votre père
- un inconnu
- ami (e)
- sa Sainteté le Pape

17/ Vous aimeriez avoir le quotient intellectuel de:

- Albert Einstein
- Capitaine Bonhomme
- Marie Curie
- Brigitte Bardot
- Flipper

18/ Quelle type de vie après la mort aimeriez-vous avoir?

- réincarnation humaine
- réincarnation animale
- réincarnation végétale

23/ Quelle est votre plus grand rêve?

- être millionnaire
- vivre sur un île déserte
- être en amour
- être éternel
- être heureux

24/ Vous aimeriez être?

- musicien
- écrivain
- scientifique
- peintre
- politicien

25/ Vous aimeriez avoir comme souvenir?

- une partie du mur de Berlin
- une nuit avec Tom Cruise
- un souper avec Julia Roberts
- une enfance merveilleuse
- un voyage sur Mars

26/ Vous auriez aimé être?

- Marilyn Monroe
- Adolph Hilter
- Cléopâtre
- Jésus Christ
- Vous-même

Après compilation... voici la réponse à la question **QUI ÊTES-VOUS VRAIMENT?**

«J'en arrive... à croire que je ne puis rien faire pour les autres si ce n'est de les placer dans des conditions qui leur permettent de s'aider eux-mêmes. Je n'ai aucun pouvoir pour changer les autres. Mon seul pouvoir, c'est celui de me changer moi-même, de devenir le changement que je souhaite voir se produire chez les autres. Lorsque je suis arrivé à me changer, un tant soit peu, je peux mieux comprendre que les autres ont ce même pouvoir, et qu'ils changent dès qu'ils sont prêts ou qu'ils trouvent des conditions propices.»¹

"Fin de cette merveilleuse transformation illusoire ou réelle à vous d'en décider... pour ma part mon opinion est faite..."

Comme vous pouvez le constater une seule réponse était donnée au public.

3.4 Évaluation de l'oeuvre

L'oeuvre "**QUI ÊTES-VOUS VRAIMENT?**" avait comme objectif d'utiliser un médium de communication pour sa fonction de représentation face à l'avancement et au changement.

La problématique soulevée lors de cette exposition était de faire réagir les participants sur le changement et sur leur pouvoir de changement.

L'ordinateur est un outil de travail qui permet à l'humain d'analyser et/ou de compiler

¹ M. André Paré cité dans FUGITT, ÉvaD., Celui qui a commencé le premier, Éditions Centre d'intégration de la personne, 1984, p.9.

et/ou de solutionner des problèmes dans des délais rapides. Ce médium, étant un collaborateur de perfection, offre à l'utilisateur des solutions de facilité. Il est important de constater que ce médium offre des privilèges à l'utilisateur mais sans l'oublier, sous la coordination de l'humain lui-même. L'humain reste maître de son pouvoir et de son fonctionnement donc de ses multiples possibilités.

Mon intervention voulant faire prendre conscience aux individus que le changement passe avant tout par soi et que ce changement ne peut se réaliser sur un modèle ou une structure toute programmé à l'avance puisque l'individu doit prendre en considération les différents éléments qui composent le changement et analyser le potentiel, le vouloir de l'humain dans l'investissement face au changement.

Rien ne peut se changer, si l'humain ne le désire pas vraiment. Aucune machine, malgré ses pouvoirs, ses facilités ne pourra changer quoi que ce soit si l'humain ne le désire véritablement.

Il est important de s'apercevoir de notre potentiel face au réel changement sur la réalité comparativement aux rêves, à l'illusion, à l'utopie, à la duperie et aux extravagances de

l'illusoire propos de changements tenus par ces ordinateurs et ces moyens de communications.

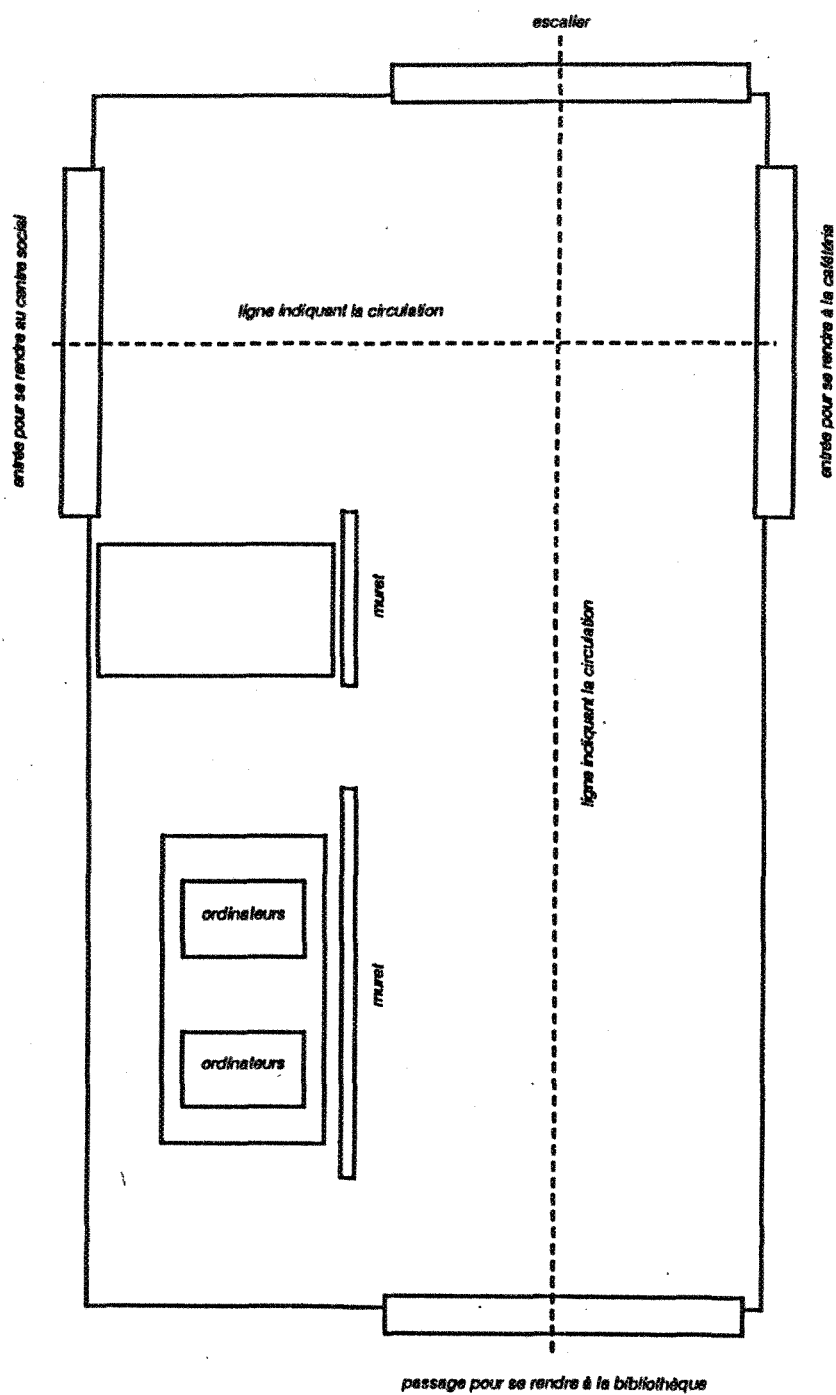
On se rend compte par la participation à cette manifestation que l'humain est prêt aux changements et s'investit dans le changement en cherchant des moyens pour changer des choses. Cependant, il ne se perçoit pas comme un agent de changement puisqu'il donne cette crédibilité et ce pouvoir à une machine représentant tout simplement dans sa fonction le changement et l'avancement.

Le déroulement du scénario proposait un éveil face au réel agent de changement ce qui en a fait rire plus d'un.

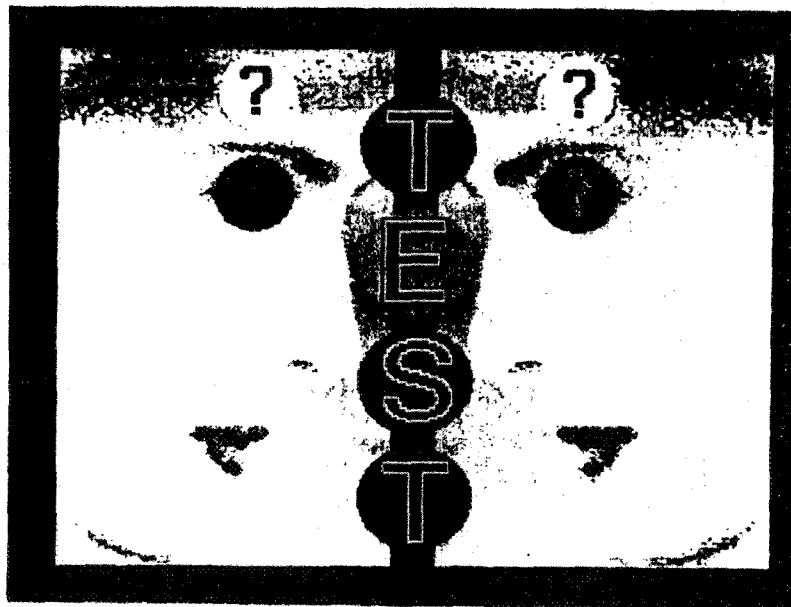
Carton d'invitation



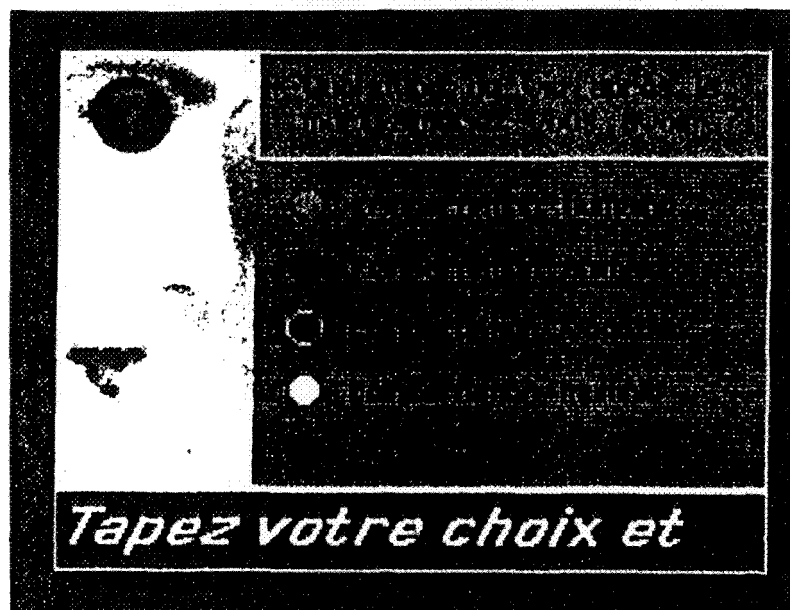
Plan de la salle d'exposition " Qui êtes-vous vraiment? "



Photographies des pages "écran-type"



Photographies des pages "écrans-type"



Le Quotidien, Steeve Tremblay, jeudi 12 décembre 1991



On ne peut changer... que soi!

Michelle Laforest, d'Alma, a fait fureur cette semaine au cégep de la Cité de l'hospitalité, avec le test «Qui êtes-vous vraiment?» Les gens qui se sont amusés à passer le test ont tous reçu la même réponse, qui équivalait à dire qu'il fallait s'accepter tout simplement comme on était, et qu'on n'avait de contrôle et de possibilité de changement que sur soi, aucunement sur les autres! Au moins voilà-t-il un test qui n'est pas organisé avec le gars des vues...

4. ÉVALUATION QUALITATIVE

Les trois manifestations présentées précédemment ont servi d'expérimentation à un modèle de communication artistique alliant le pouvoir de l'art à la force de la communication.

C'est dans cette même orientation que l'oeuvre intitulé **"LE SUICIDE DE SA CRÉATIVITÉ"** à pris naissance.

C'est à partir du pouvoir de l'art et de la force de la communication que j'ai voulu:

- sensibiliser les gens sur le pouvoir de persuasion des différents moyens de communication dans leur existence;
- amener les gens à percevoir leur niveau de choix face à ces moyens de communication;
- présenter la force des moyens de communication par les moyens eux-mêmes;
- démontrer qu'il est possible de dépasser le stade de communication imposé par ces moyens de communication;
- forcer les gens à une réflexion sur leur niveau de créativité et sur l'impact de celle-ci sur leur vie.

L'oeuvre veut démontrer le niveau d'engagement humain face à la créativité imposée par les médias pour aller au-delà de la référentialité et agir à titre de **mémoire** de la société même si le défi est de taille puisque les communications font partie maintenant de notre cadre de référentialité.

5. "LE SUICIDE DE SA CRÉATIVITÉ" - Oeuvre multi-médias-Interactive

5.1 Fiche technique

Présentation: Le jeudi 9 avril 1992.

Endroit: Salle d'exposition "Galerie PASSAGE" au Collège d'Alma.

Durée de l'exposition: De 10 heures à 16 heures.

Nombre de participants: Environ 75 personnes, en majorité des adultes, autant d'hommes que de femmes.

5.2 Présentation de l'oeuvre

L'exposition "**Le suicide de sa créativité**" utilisait les médiums suivants soit; trois projecteurs, deux téléviseurs, deux magnétoscopes, une borne autonome, un ordinateur et un clavier. Tous les médiums employés projetaient la lumière et faisaient en sorte que le spectateur devenait ainsi l'écran, puisque ce dernier devenait le cadre de référence sur lequel on pouvait voir apparaître tous les sentiments et émotions provoqués par le message de la manifestation artistique.

Dans cet oeuvre multi-médias, le **témoin de l'oeuvre** est l'humain et le **témoignage de l'artiste** est une réflexion sur les situations de choix imposées par les différents médias que

nous cotoyons en grandes quantités et sous différentes formes quotidiennement.

5.3 Description de l'oeuvre

L'oeuvre **"LE SUICIDE DE SA CRÉATIVITÉ"** fut créée pour que le témoignage qui se dégage de ces quatre interventions soit: **"Assimilation de sa créativité"**, **"Le choix utopique de sa créativité"**, **"Une créativité sur mesure"** et **"Agenda du choix"** occasionne une réflexion progressive chez le participant, le conduisant à une prise de conscience de l'impact des médias sur sa créativité en y ajoutant une part de créativité.

La première phase **"Assimilation de sa créativité"** est montée comme suit: À l'entrée de la salle d'exposition, il y a un moniteur couleur, une chaise et une table sur laquelle sont placés des feuilles, des crayons de couleurs et une boîte. Une affiche présente la consigne suivante: «Appuyez sur "play" du magnétoscope S.V.P.» Après avoir choisi d'actionner le mécanisme du magnétoscope, une animatrice invite le participant à une activité de créativité: «-Bonjour, aujourd'hui j'aurais besoin de votre collaboration pour participer à un atelier de création. Vous avez devant vous des crayons et des feuilles. Cette activité consiste à un atelier de dessin. Quand vous aurez terminé votre dessin, j'aurais besoin de vos commentaires et vous demanderais de déposer vos dessins dans **"La boîte de l'imaginaire suicidé"** qui est

placée sur la table devant vous. Vous êtes maintenant prêts à commencer votre dessin...

(Temps d'arrêt)

-Laissez aller votre imagination... *(Temps d'arrêt)*

-Le dessin consiste à dessiner une fleur... *(Temps d'arrêt)*

-ATTENTION! pas n'importe quelle fleur, mais une rose... *(Temps d'arrêt)*

-ATTENTION! pas n'importe quelle rose, mais une rose rouge... *(Temps d'arrêt)*

-ATTENTION! pas n'importe quelle rose rouge, mais une rose rouge avec une tige verte...

(Temps d'arrêt)

-ATTENTION! pas n'importe quelle rose rouge avec une tige verte, mais une rose rouge avec une tige verte et des feuilles vertes... -Je vous remercie de votre collaboration et je vous demanderais de passer à l'étape suivante!»

Comme on peut le constater les "*Temps d'arrêt*" donnaient le temps au participant d'utiliser sa créativité pour réaliser son dessin sauf qu'il devait le modifier selon la consigne de l'animateur. Ceci provoquait une frustration double, soit celui de corriger le dessin commencé avant la consigne et celui de l'effort de vouloir faire un dessin esthétique. Les commentaires placés en annexe présentent les sentiments éprouvés lors de cet atelier par les différents participants.

Pour faire suite à cette partie et amener une réflexion, un texte présentait la même problématique soit celle du suicide de la créativité:

LE PETIT GARÇON

Il était une fois un petit garçon qui allait à l'école(...) Un bon matin(...) son professeur dit à toute la classe: «Aujourd'hui, nous allons dessiner.» Le petit garçon était très content parce qu'il aimait beaucoup dessiner. Il pouvait dessiner toutes sortes de choses: des tigres, des lions(...) des camions, des poules, des trains et encore. Il sortit ses crayons de couleur et se mit à dessiner. Mais son professeur ajouta: «Attendez, nous ne sommes pas encore prêts à commencer!» Puis elle attendit que tous ses élèves la regardent(...) «Très bien, nous allons dessiner une fleur.»(...) Et il se mit à en dessiner de très belles, des roses, des violets, des rouges... encore une fois le professeur dit: «Attendez! je vais vous montrer comment faire.» Elle dessina une fleur rouge avec une tige verte. «Voilà(...) vous pouvez maintenant commencer.» Le petit garçon examina la fleur qu'elle avait dessinée, puis il regarda les siennes. Il aimait mieux les siennes, mais n'en dit rien. Il retourna sa feuille de papier et dessina une fleur comme celle que son professeur avait dessinée. Rouge avec une tige verte(...)

Et le petit garçon apprit très vite à attendre. À regarder, et à tout faire de la même façon que son professeur. Et il cessa très vite de faire des choses à sa propre façon.

Puis un beau jour(...) il déménagea dans une autre ville(...) Le premier jour de classe, son nouveau professeur dit: «Aujourd'hui, nous allons faire du dessin.» «Parfait», se dit le petit garçon, et il attendit que le professeur lui montre comment faire. Mais le professeur ne dit rien(...) et se mit à circuler dans les rangées. Lorsqu'elle arriva près de notre petit garçon, elle lui dit: «Tu n'as pas envie de dessiner?» «Mais oui», dit-il. «Qu'est-ce que je vais dessiner?» «Je ne sais pas, c'est ce que nous allons voir lorsque tu auras terminé», lui répondit-elle. «Comment dois-je faire?(...) De quelle couleur?» dit-il. «Comme tu veux(...) à toi de choisir», répondit-elle. «Si tous les élèves dessinaient la même chose, de la même couleur, je ne pourrais jamais savoir qui a dessiné quoi!»(...) et le petit garçon se mit à dessiner une fleur rouge avec une tige verte.

Extrait du texte de H.G. Bugkley

La deuxième phase "Le choix utopique de sa créativité" consistait en un horaire-télé

sur ordinateur ainsi qu'un moniteur couleur qui présentait des brides d'émissions. L'horaire-télé proposait au participant de choisir entre trois menus soit: cinéma, magazine et spécial. Chacun des menus était relié à trois choix d'émissions connus qui coïncidaient à des heures déterminantes dans une journée soit: 08:00/déjeuner, 12:00/dîner, 17:00/souper, 20:00/soirée. Lorsque le participant avait fait son choix d'émissions de télévision une bombe apparaissait suivie du message suivant: «Une erreur est survenue dans votre système créatif !? Veuillez passer à l'étape suivante.»

La troisième phase **"Une créativité sur mesure"** permettait au participant de choisir parmi les images projetées celles qui lui convenaient le plus. Lorsqu'il allait prendre place sur la mosaïque humaine il pouvait lire ce message:

"Il y a des gens qui ont une mauvaise vision,

d'autres ont une bonne imagination, vous,

vous avez une télévision!

Où est ta place?"

Pour conclure, les gens étaient conviés à participer à l'**"Agenda du choix"**. Les textes **"L'utopie créée par la société"** et **"La réalité créée par la société"** proposaient des modèles de vie et offraient par la suite la possibilité à ceux qui le désiraient de s'exprimer sur leur réalité.

5.4 Évaluation de l'oeuvre

Les différentes prestations de l'ensemble de l'oeuvre soit: **"Assimilation de sa créativité"**, **"Le choix utopique de sa créativité"**, **"Une créativité sur mesure"** et **"Agenda du choix"**, forment un tout indissociable puisqu'il existe une complémentarité exhaustive entre leurs associations.

La première phase de cette manifestation artistique intitulée **"Assimilation de sa créativité"** avait comme objectif de faire prendre conscience aux participants que les médias ont la possibilité de **manipuler** la créativité propre de l'humain en lui suggérant des images et des messages.

Le média télévision retournant des images représentatives de notre quotidien, nous conditionne et ce, inconsciemment à se conformer à ces messages et à ces images puisqu'ils sont notre propre reflet étant donné qu'il ne peut y avoir de communication directe entre le communicateur et le récepteur. La confrontation des idées, qui est souvent à la base du changement, est anéantie et amène à une consommation instantanée de cette information. Également, puisqu'il y a une surcharge d'informations dans un minimum de temps, le récepteur n'a pas le temps de canaliser ses choix.

Ainsi, lors de cet atelier, les participants étaient tous informés qu'il s'agissait d'une activité de créativité. Malgré cela, tous, sans exception, se sont conformés aux consignes, aux messages, aux désirs du communicateur. La seule créativité exprimée se retrouvait dans de minimes détails d'une créativité entièrement assimilée. En plus, les participants voulant tellement se conformer à la demande, ne percevaient pas l'assimilation provoquée, puisqu'ils réclamaient plus de temps pour la réalisation dudit dessin ou une présentation globale des consignes. Ce n'est qu'à la lecture du texte "Un petit garçon" qu'ils prenaient enfin conscience de leur situation soit; d'une action qui les a mené au suicide de leur créativité.

La deuxième phase de cette manifestation artistique intitulé " **Le choix utopique de sa créativité**" avait comme objectif de faire prendre conscience au participant que les médias ont le pouvoir d'**imposer** des images, des messages, des scénarios à l'humain. Cette situation amène le spectateur à agir de façon semblable voir même identique aux comportements suggérés par la télévision. Les médias retournent des images de super-femme, de super-homme, d'abondance, de succès, de puissance, de gloire, de beauté, de perpétuelle jeunesse, de vie éternelle de façon continue. Les images sont répétitives, et viennent renforcer la perception de la société, de façon utopique. En fait, la télévision a le pouvoir de donner des **modes d'emploi** et de présenter en même temps le **résultat** en excluant tous les événements

qui peuvent se produire entre le début et la fin d'une situation. De cette façon, tout est facile et on veut reproduire ces scénarios, on imite de façon intégrale ou partielle des situations proposées par la télévision.

Dans cette situation d'imitation, la créativité humaine est utopique puisqu'il y a peu d'investissement personnel par contre ce comportement est humain puisque l'on va toujours vers la facilité.

Ainsi, lors de cet atelier, les participants devaient sélectionner sur un ordinateur une série d'émissions qui correspondait à leur choix d'écoute hebdomadaire. Après avoir sélectionné leurs multiples émissions, aux heures stratégiques de la journée, une illustration d'une bombe en mouvement d'éclatement apparaissait à l'écran, suivie du message suivant:

"Une erreur est survenue dans votre système créatif". "Veuillez passer à l'étape suivante".

Devant cette fatalité, les gens n'acceptaient pas cette situation d'anéantissement. Ils recommençaient pour la plupart l'exercice afin de trouver une réponse satisfaisante pour retrouver l'équilibre de leur créativité. Sauf que, en cherchant la clé de l'énigme et malgré de nombreuses tentatives avec n'importe quel choix, le message réapparaissait inlassablement:

"Une erreur est survenue dans votre système créatif"... Donc une évidence flagrante marque

le participant. Quelque soit le choix des émissions de télévision, tous les scénarios proposés ont un effet sur la créativité puisque la créativité est faite à partir de choix, mais, des choix qui deviennent dans ce contexte "utopiques".

Comme renforcement, un message placé près de ce module venait consolider leur découverte:

Il y a des gens qui ont une bonne vision,

d'autres, ont une bonne imagination.

Vous, vous avez la télévision.

Où est ta place?

La troisième phase de cette manifestation artistique intitulée "**Une créativité sur mesure**" avait comme objectif de permettre au participant de se **positionner** par rapport à l'ensemble des choix qui lui sont offerts.

C'est à partir du texte qui servait de renforcement à la phase précédente mais qui agit, ici, à titre d'élément déclencheur que le participant devait choisir sa place sur une mosaïque humaine.

Projetés sur un mur, de grandeur réelle, différents personnages, hommes et femmes,

entourés de clichés offraient la possibilité aux participants de choisir sa place dans ce monde.

En considérant tous les choix qu'il devait faire pour présenter sa propre créativité. En allant occuper l'espace projeté, le participant devenait ainsi l'écran donc l'émetteur de sa création.

La quatrième phase de cette manifestation artistique intitulée **"Agenda du choix"** avait comme objectif de permettre au participant de concrétiser leurs choix de vie en planifiant simultanément les possibilités d'utopie et leur monde réel.

Une action intéressante afin de superposer le réel au fictif pour en faire une création personnelle qui pourrait devenir réelle dépendamment du choix des individus.

L'apogée de cette manifestation était d'amener le participant vers sa propre créativité et ce, après lui avoir fait prendre conscience que le milieu pouvait lui imposer des images et des messages. Un choix de suivie pour sa créativité.

Carton d'invitation "Le suicide de sa créativité"
quatre cartons des phases de l'exposition.

Le suicide
de sa créativité

Michelle Laforest

Jeu de 10h00 à 11h00
Galerie Passage Cégep d'Alma

installation interactive
éphémère



déposez vos dessins ici

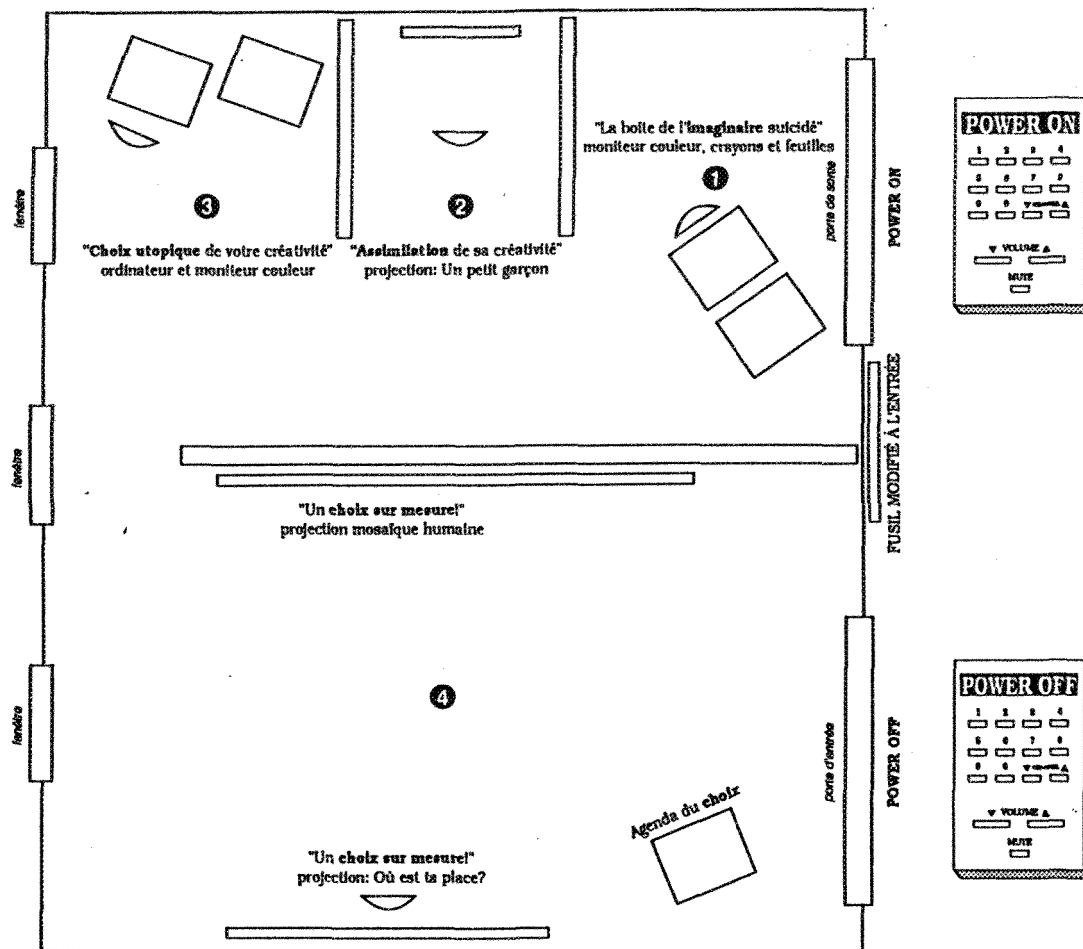
La boîte de
l'imaginaire suicidé

Assimilation de sa
créativité

Choix utopique
de votre créativité

Agenda du choix

Plan de la salle de l'exposition



Photographies des pages "écran-type"

TELE HORAIRE

**CHOISISSEZ
LES EMISSIONS QUI
VOUS PERSONNIFIENT
LE MIEUX...**

APPUYEZ SUR 

Diapositive



Agenda du choix

Utopie créée par la société

- 07:00** On a fait l'amour toute la nuit. J'ai passé une nuit d'enfer.
- 08:00** Une bonne douche et un copieux petit déjeuner avec caviar bien sûr! J'enfile mon habit dernier cri et je me rends au bureau dans ma Porsche.
- 09:00** Au bureau, je salue et discute de tout et de rien en "trollant" tout ce qui passe.
- 10:00** Je téléphone à une autre conquête et je lui propose une folle nuit de plaisirs...
- 11:00** Tout est prêt et ma secrétaire m'apporte un cappuccino. Elle s'assoit sur mes genoux et m'embrasse d'un long baiser langoureux et brûlant...
- 12:00** J'ai réservé une place au Ritz Hôtel, je vais peut-être y rencontrer la personne idéale.
- 13:00** J'ai laissé, sur mon bureau, une note que je ne passerai au bureau qu'à la fin de l'après-midi. Je pars faire des courses chez Hilt Renfeu.
- 14:00** Je vais dans un bar prendre une coupe de champagne pour jaser de mes vacances aux Îles Fidji.
- 15:00** Les journées sont belles. Il fait beau et chaud.
- 16:00** Je vais au bureau pour vérifier si le travail se fait et je constate que ma plantureuse secrétaire a fait du bon boulot.
- 17:00** Je l'invite au restaurant.
- 18:00** On danse, on rit, on se regarde et on se mange des yeux... Miami Miami!
- 19:00** Nous nous rendons à mon condominium qui m'a coûté seulement 500 000, 00\$ pour prendre un drink.
- 20:00** Je fais monter du champagne dans ma chambre par le maître d'hôtel.
- 21:00** La tête encore dans les bulles, nous prenons un bain de minuit dans mon "jaccuzzi" pour dix personnes.
- 22:00** Dans une étreinte qui n'en finit plus comme à la télévision, nous copulons dans l'ivresse totale éperdument amoureux de nous-même, dans mon lit gonflé d'eau.
- 23:00 et 00:00** Épuisés d'amour et de plaisir, nous plongeons dans les bras de Morphée...
- De 1:00 à 7:00** Le rêve est réalité. Nous dormons côte à côte, heureux de pouvoir recommencer avec un autre partenaire la nuit prochaine...

Réalité créée par la société

- 07:00** Les enfants ont fait de la fièvre toute la nuit. J'ai passé une nuit d'enfer... de la clinique à la maison.
- 08:00** Il faut préparer les enfants pour la garderie et l'école. Je n'ai pas le temps de prendre le petit déjeuner... Vite! je vais être en retard. Je saute dans ma bagnole et, c'est parti mon "kiki"!
- 09:00** Au bureau, je suis débordée de travail. Je ne sais plus où donner de la tête... il faut que je termine avant quatre heures.
- 10:00** J'ai faim... je prends un café noir pour combler le vide...
- 11:00** Je crève de faim mais... Je dois finir le travail. Mon Dieu, j'ai oublié le rendez-vous chez le dentiste!
- 12:00** Enfin! je vais pouvoir manger un casse-croûte s'il y a de la place à la cafétéria.
- 13:00** Retour au bureau. Oh, non! un "bug" sur l'ordinateur. Je suis obligée de recommencer tout le travail... merdel!
- 14:00** Je "rush" pour qu'à quatre heures je puisse "faxer" le travail promi.
- 15:00** Je n'aurai jamais terminé à temps.
- 16:00** Pourriez-vous attendre dix minutes et je vous "fax" le tout... Les enfants qui sont encore à la garderie et à l'école... j'appelle ma voisine peut-être que...
- 17:00** Vite à la soupe! Tout le monde crie de faim.
- 18:00** Passe-partout et les 100 Watts sont parmi nous...
- 19:00** Un petit calin entre les devoirs, la vaisselle, le bain et une histoire avant le dodo. Bonne nuit mes lapins...
- 20:00** Je détrempe dans un bain bouillant même si ce n'est pas bon pour la circulation.
- 21:00** Je m'écrase devant la télévision et je bouffe les émissions enregistrées la veille.
- 22:00** Les nouvelles. Quelle violence! il ne manque rien... sauf, la tête de la victime.
- 23:00 et 00:00** Une possibilité de calins entre adultes si je ne m'endors pas d'épuisement... Dommage! Un cri dans la nuit... un cauchemar et voici deux yeux grands comme des sobkante-quinze cents qui sautent dans mon lit avec le coeur en tambour...
- De 1:00 à 7:00** J'essale de dormir à quatre dans un lit, deux places mais... l'amour fait faire bien des concessions... je vais dormir sur le divan.

**Nous sommes ce que nous pensons et devenons ce que nous imaginons.
Prenons conscience de notre créativité... nous sommes des créateurs de notre univers!**

Page type de "L'agenda du choix"

Agenda du **choix**

<i>Utopie créée par vous</i>	<i>Réalité créée par vous</i>
07:00	07:00
08:00	08:00
09:00	09:00
10:00	10:00
11:00	11:00
12:00	12:00
13:00	13:00
14:00	14:00
15:00	15:00
16:00	16:00
17:00	17:00
18:00	18:00
19:00	19:00
20:00	20:00
21:00	21:00
22:00	22:00
23:00	23:00
00:00	00:00
01:00	01:00
02:00	02:00
03:00	03:00
04:00	04:00
05:00	05:00
06:00	06:00

**Ce qui vous empêche d'avancer n'est pas ce que vous êtes
mais ce que vous pensez ne pas être.**

Le Lac-St-Jean, mardi 14 avril 1992, page 5

Page 54. LE LAC-ST-JEAN, mardi 14 avril 1992

Arts et culture

par Roger Lemay

Michelle Laforest craint le "suicide de la créativité"



Michelle Laforest croit que la télévision influence l'individu au point de lui faire perdre sa créativité.

ALMA (R.L.)- L'artiste almatoise Michelle Laforest a présenté la semaine dernière une exposition, à la galerie Le Passage, intitulée "Le suicide de la créativité", qui se veut le résultat d'une réflexion sur l'influence de la télévision.

"Avec la télévision comme influence, on a plus besoin de créer, et, en quelque part, on se retrouve frustré. La télévision nous dit toujours comment faire; comment s'habiller, comment parler, comment faire l'amour. Ça ne laisse plus de place à l'imagination. Nous demeurons avec plusieurs options devant nous en toute chose, mais ce qui est proposé est toujours plus facile à choisir..."

Michelle Laforest n'en est pas à sa première exposition du genre. Elle avait proposé, il y a quelques temps, une réflexion sur l'image de soi-même.

L'artiste utilise abondamment la vidéo et autres technologies pour livrer ses messages. Le spectateur est aussi convié à une expérience interactive avec l'auteur du montage.

Progrès-Dimanche, 10 mai 1992, page D5

La communication

La véritable passion de Michelle Laforest

ALMA (PET) — Le moins qu'on puisse dire, c'est que Michelle Laforest, artiste d'Alma, s'amuse beaucoup avec les expériences interactives de communication qu'elle mène depuis quelques mois. Dernièrement, «Le suicide de la créativité», tenu à la galerie Passages du cégep, aura aussi permis aux quelque 50 personnes qui ont pris part à cette expérience d'un jour de constater les limites que chacun s'impose à ce chapitre.

L'exercice débouchait sur la prise de conscience de la créativité.

Dans un premier temps, les participants ont suivi les indications d'un document VHS dirigeant un atelier de dessin. La voix donnait d'abord des informations orientant les dessins; sans les contredire, des précisions faisaient qu'il fallait souvent tout transformer, en cours de création. La boîte de suggestions était riche...

A un autre endroit, une chaise et des projecteurs. Un extrait d'un texte de H.G. Buckley démontrant comment l'individu, en voulant se conformer à tout le monde, perd créativité et initiative. Mme Laforest glisse que même des canaux interactifs comme la télévision laissent une impression de choix, mais que ceux-ci sont limités.

Dans la seconde phase, on développait un thème appelé «le choix utopique de sa créativité». Écran d'ordinateur, télé-horaire, écran de télévision, extraits de ce qui s'y passe. Une borne interactive amenait les gens à choisir à quelle émission ils s'identifiaient le plus, parmi trois choix. «Nous voulons toujours



MICHELLE LAFOREST... s'intéresse à la communication et à la créativité. (Photo Stéve Tremblay)

être informé, c'est intégré à notre vie», soutient Mme Laforest. En dernier, le signal clignotant «bombe» apparaissait avec le message: «Une erreur est survenue dans votre système créatif...» En fait, commente Mme Laforest, souvent, on se contente du plus facile, sans avoir aucun choix réel. Elle s'amusait encore, en entrevue, à raconter comment certains essayaient de se reprendre: «Très assimilés, ils essayaient de devenir conformes».

Pour la troisième étape, «une créativité sur mesure», chacun devait se choisir une place dans une mosaïque humaine projetée sur un mur: on y retrouvait des corps stéréotypés dont la tête avait été enlevée.

Michelle Laforest dénonce aussi la facilité vers laquelle la télévision nous entraîne, hors de la réalité, avec la violence banalisée, intégrée directement dans notre vie, en omettant plusieurs aspects de la vie, à commencer par les

conséquences des gestes posés dans les émissions romancées. «Qui n'a pas vécu la déception d'un film basé sur un livre pour lequel notre imagination avait été plus riche que le produit visuel? La technologie nous possède plus que nous la possédons. A nos yeux, l'ordinateur représente le changement, alors que c'est une machine; c'est nous qui devons le faire.»

La quatrième phase, «L'agenda du choix», montrait le besoin de se retrouver dans des habitudes, d'être comme tout le monde, de trouver la sécurité dans une vie toute planifiée.

Mme Laforest terminait l'exercice avec certaines phrases du type: «Nous sommes ce que nous pensons et devenons ce que nous imaginons»: le tout avait pour but d'amener les gens à une prise de conscience de la créativité individuelle.