

L'ART SOCIOLOGIQUE DE FRED FOREST

In: ~~Collectif~~ Art
Sociologique 1975

Par Vilém FLUSSER *

I. — Fred Forest ou le dialogue significatif

L'artiste est celui qui exprime ses expériences les plus intimes et les plus fondamentales sous forme de messages à destination de ceux qui l'entourent. Son objectif est double :

a) influencer les autres dans leurs expériences intimes et fondamentales, et

b) recevoir une réponse de ceux qui ont subi son influence, et ainsi modifié son propre comportement. Pour atteindre ce but, l'artiste manipule certains matériaux, tels que la toile, la pierre, les mots ou le son et transforme ces matériaux en média pour communiquer son message. On a tendance aujourd'hui à oublier ce rôle de l'artiste pour la raison suivante : le matériau manipulé résiste aux

efforts faits par l'artiste pour le modifier et cette résistance absorbe son intérêt. C'est pourquoi celui-ci en vient à considérer ce phénomène sur le matériau comme le principal objet de son action et à penser que son engagement social n'en est qu'une incidence accidentelle. Mais là l'artiste se trompe ne serait-ce que par le caractère social attaché à l'art en soi qui ne peut se concevoir en dehors de la société dans laquelle il s'articule. Fred FOREST est l'un des rares artistes qui n'est pas victime de cette erreur romantique mais qui au contraire assume pleinement ce rôle dans ce sens. Cette prise de conscience du rôle nouveau de l'art dans le monde actuel a de nombreuses conséquences

* Professeur honoraire de la Théorie de la communication et de la communication esthétique à la Faculté de Sao-Paulo.

logiques :

1. LE PHENOMENE, LE MATERIAU QUI EST MANIPULE :

Il faut abandonner les matériaux classiques destinés à être transformés en médias en faveur d'autres matériaux plus appropriés aux formes actuelles de la communication. Mais plusieurs problèmes surviennent :

a) En ce qui concerne la classification, on a coutume de classer les artistes d'après les matériaux qu'ils transforment : les sculpteurs changent la pierre, les peintres la toile, les poètes les mots, etc. Mais comment devra-t-on classer ceux qui modifient la presse, la télévision ou les bandes vidéo pour envoyer leur message artistique ?

Un danger existe donc : s'ils n'entrent pas dans une classification ces messages ne seront pas reconnus comme des messages artistiques ;

b) Un autre problème est celui du contenu du message. Il est évident que le contenu du message est étroitement lié à sa forme, le répertoire à la structure, les symboles à la syntaxe. Aujourd'hui chaque matériau impose sa propre structure au message qu'il transmet. Les matériaux nouveaux que Forest utilise imposent une structure nouvelle à ses messages et cette nouveauté même implique des difficultés de réception des messages ;

c) Enfin, se pose le « problème de l'œuvre » : les matériaux classiques, une fois modifiés, peuvent être exposés sous une forme permanente (s'il s'agit de matériaux éphémères tels que les mots et les sons, sous forme de manuscrits ou de partitions musicales). Mais les matériaux employés par Forest ne se prêtent pas à la même conservation. Ils conduisent nécessairement et délibérément à des manifestations transitoires. Le caractère structurel dans le temps de ces manifestations risque de ne pas être perçu par le destinataire du message. Tous ces risques montrent le courage d'une telle entreprise et son audace.

2. COMMENT CHANGER LES PHENOMENES ?

Tout matériau résiste aux efforts entrepris par l'homme pour le transformer. Pour ce qui relève des matériaux classiques, des techniques appropriées ont été mises au point au cours des siècles pour vaincre cette résistance. On peut s'initier à ces techniques (dans des écoles d'art, au conservatoire par exemple), auxquelles il est possible d'apporter de constantes améliorations. Mais pour les matériaux nouveaux choisis par Forest, aucune technique n'a été mise au point. Forest doit lui-même inventer ses techniques. Mais allons plus loin. Les matériaux classiques résistent en tant que matériaux. Ainsi c'est le marbre même, ou les mots qu'il faut changer. Mais pour Forest ce n'est pas tant le matériau qui résiste ; ce sont les individus qui disposent de ce matériau qui résistent à ses efforts. Ainsi ce n'est pas le journal ou la chaîne de télévision qui résistent, mais le directeur du journal ou de la chaîne. Forest est donc contraint d'inventer des techniques totalement nouvelles, comparables à aucune autre déjà existante.

3. RECEPTION DU MESSAGE :

Les artistes de conception traditionnelle n'ont pas pris conscience du problème. Ils se contentent d'envoyer leur message et d'attendre passivement la réponse (si celle-ci n'arrive pas, ils sont frustrés). Mais Fred FOREST prend en charge le retour du message. En fait il doit concevoir son message initial de telle sorte qu'il provoque les réponses. C'est là l'essentiel de son objectif. Pour l'artiste traditionnel la réponse est toujours une réponse personnelle (critiques, prix). L'incidence que le message peut avoir sur la société est extérieur à l'art lui-même : « HABENT SUA FATA LIBELLI ». Mais pour FOREST, l'important est précisément l'effet de son message sur la société, ainsi que la structure de cet effet : **Il veut provoquer un dialogue qui progresse excentriquement parmi ses récepteurs.** (Il n'expose pas une pierre. Il jette une pierre dans un lac avec l'intention de provoquer des ondes qui propagent son action. C'est en cela que l'attitude de Forest est révolutionnaire.)

4. L'ATTITUDE DU DESTINATAIRE :

L'artiste classique s'adresse à un public anonyme. Mais le but de FOREST est encore de vaincre l'anonymat du public. Il veut que chaque récepteur ait un nom, il veut le provoquer pour qu'il se « retrouve » face au message de FOREST. Il veut que le récepteur assume sa qualité d'homme et ne se comporte plus en consommateur passif. C'est dans l'entreprise de FOREST l'aspect le plus difficile. Aussi le plus attachant. Cela suppose que nous soyons tous à son niveau. C'est pourquoi la participation aux manifestations de FOREST exige une attitude radicalement nouvelle en face du message artistique. Nous ne pouvons plus nous contenter de regarder passivement, nous devons agir en hommes. Ce que FOREST nous demande est presque aussi difficile que ce qu'il exige de lui-même : c'est là que réside la « beauté » de ce qu'il fait. Un nouveau type de beauté. C'est à nous de la découvrir ou bien elle n'existe pas. C'est nous qui la créons.

Je suis convaincu que dans les circonstances actuelles, FOREST a la rare possibilité de rendre l'art significatif. C'est l'un des uniques moyens de le rendre à nouveau dialogique et de le libérer de l'emprise totalitaire qui domine notre société pour en faire une société de la soumission. On ignore ce qu'il deviendra des efforts de FOREST. Ils seront peut-être vains, condamnés par une absence d'écho qui est le propre d'une société où la voix humaine est le plus souvent couverte par des hauts-parleurs autoritaires.

Mais, contre toute attente, ils ont provoqué, peut-être, la réponse excentrique que l'artiste appelle.

II. — L'art sociologique de Fred Forest

Il est drôle (ou tragique, selon le cas) d'observer comment les événements dépassent nos concepts dans la situation où nous nous trouvons. Par exemple : nous avons élaboré avec beaucoup de peine et raffinement le concept de « mass-média ». Le terme « masse » ne s'applique plus à la réalité sociale maintenant dans le sens où il a été défini. La « masse » qui nous entoure, et qui nous menace

comme individu, n'est plus la « foule solitaire » (Lonely Crowd) d'il y a vingt ans : consommatrice passive des « biens » distribués par les médias. Encore moins cette masse prolétaire d'il y a cinquante ans qui faisait les révolutions. Elle est aujourd'hui ces quatre (et bientôt cinq) milliards d'Asiatiques, Africains, Sud-Américains, qui crèvent de faim sans le savoir (parce qu'on meurt de faim en croyant qu'on meurt d'autre chose). Nous n'avons pas encore le concept pour définir cette masse, pour la comprendre, pour « l'agiter », la « manipuler » ou pour nous protéger contre elle. Parce que sans doute : elle veut nous avaler, nous les Occidentaux. Elle le veut, avec les meilleures raisons de son point de vue : tout simplement parce que nous mangeons trop. Ce qui a changé, depuis le « Lonely Crowd », M. McLuhan et le nombre des personnes sur terre, leur répartition géographique, mais c'est une certaine conscience de la situation humaine. La « société de consommation » est maintenant perçue comme événement localisé et éphémère dans une société de la faim généralisée. L'Occident (Europe, Etats-Unis) est maintenant perçu comme la pointe élitaires d'un glacier subissant l'assaut de la marée tropicale de cette masse. Tout mouvement occidental est désormais devenu « objectivement » réactionnaire, car tout mouvement occidental est une réaction à cette masse qui crève.

Cette conscience est encore embryonnaire (chez nous comme dans la masse). Elle sera certainement dépassée par les événements avant d'être elle-même articulée d'une façon rigoureuse.

Tout ce que nous faisons (et nous le savons plus ou moins maintenant), nous le faisons « en famille ». Entre nous, gens de l'élite, qui mangeons trop ! Ce que nous appelons les « mass media » sont (et nous le savons maintenant) les moyens de communication d'une élite condamnée. Les véritables « mass media » ne sont ni la TV, ni la presse, ni « les magazines Woolworth », mais les moyens ancestraux : le geste, la parole, le tam-tam, la danse avec lesquels communiquent ces masses. C'est par ces moyens ancestraux que sont donc transmis les vrais messages, et nous n'avons pas accès à ces messages... Nous savons néanmoins ce que ces messages disent. Ils disent : nous voulons vivre. C'est très simple. Mais cette simplicité ne sert à rien car c'est notre mode d'existence même qui refuse le droit de vie à ces masses. C'est bien cela que nous venons d'apprendre, nous les 500 millions qui mangeons trop. Nous ne sommes pas une masse mais une élite qui empêche cette masse de vivre. Pas pour longtemps. Que faire ? Voilà une bonne question.

En voilà la réponse : ou bien continuer comme auparavant, ou bien essayer tout de même de comprendre. En quelque sorte mourir les yeux ouverts. Un bon programme.

Tout ce que nous faisons, nous le faisons en « famille », mais nous prenons cette famille pour l'humanité entière tant nous sommes bornés. Pour voir que c'est seulement une famille (la petite France, la petite Europe, le petit prolétariat...) il faut pouvoir faire un pas en arrière et regarder la scène du dehors. Alors nous prendrons conscience que nos problèmes internes (nos sciences, notre art, notre politique, en bref : nos « valeurs ») sont dépassés par les problèmes externes. Ce pas en arrière, nous pouvons le faire à tous les niveaux. Au niveau de

l'art par exemple nous constaterons que ce que nous appelons « l'art de notre temps » (y compris le soi-disant art de masse) est une manifestation d'une élite aliénée de la masse. Le quotidien à grand tirage est aussi élitaires que la revue d'art spécialisée. La différence entre les deux est tout compte fait négligeable comme est négligeable la différence entre Stockhausen et la musique de film.

Comment avons-nous procédé pour effectuer ce pas en arrière qui nous permet de constater cela ? Non pas spéculativement à l'aide d'une quelconque « transcendance », mais par une technique très concrète. Cette technique consiste à mettre notre art en question dans son contexte social. Cela s'appelle : Art Sociologique. C'est un « art » parce que c'est une technique de distanciation. Et c'est « sociologique » parce que c'est un pas en arrière de la société. Je proposerai la définition suivante de « l'art sociologique » : c'est une technique qui permet d'appréhender l'art **occidental** (et la **société occidentale**) du dehors afin de pouvoir mourir les yeux ouverts.

Parmi les artistes qui se consacrent à cette technique, Fred FOREST constitue le meilleur exemple. Sa méthode consiste à regarder les « mass-media » (les moyens de communication de l'élite occidentale) du dehors, de les manipuler du dehors (comme si c'étaient des matériaux), et de nous faire voir et manipuler ces « mass-media » encore du dehors.

Grâce à sa technique, nous nous voyons dedans et dehors les « mass-media », donc nous faisons un pas en arrière de nous-mêmes, et nous nous voyons très concrètement situé dans notre contexte. Je donnerai un exemple de cette technique un peu plus loin. Pour l'instant il importe d'attirer l'attention sur autre chose. Fred FOREST était à São-Paulo au Brésil en 1973 pour participer à la XII^e Biennale. Par le retentissement à l'échelle d'un continent de ses actions il a pénétré (peut-on croire) le terrain de la vraie masse. A São-Paulo il a manipulé les « mass-media » comme à Paris, Lausanne, Hyères et Montpellier, ça veut dire : la presse, la TV, la radio, les rues de la ville. En réalité il n'a pas touché les moyens de communication de la **vraie** masse au Brésil qui sont ses gestes, son carnaval, sa macumba, ses « choros ». Il lui était impossible de le faire, bien entendu, car il n'était pas en communication avec ce monde. Il est resté dans « l'Occident » (au milieu de l'élite occidentalisée qui se prend pour la masse). Pour pouvoir faire un pas en arrière de quelque chose, il faut commencer d'abord par être dans cette chose ! On ne peut faire un « art sociologique » d'une société dans laquelle on n'est pas. On peut faire par contre une sociologie d'une telle société, mais assurément pas un art. Voilà pourquoi Fred FOREST constitue un excellent exemple de la définition de l'art sociologique telle que je la propose.

C'est une technique occidentale, l'art d'une élite condamnée, mais peut-être le dernier art possible. Avant-garde dans le sens tragique du terme.

L'illustration que je veux donner de cette technique de Fred FOREST est une expérience réalisée à la maison de retraite de la CNRO d'Hyères, en France. J'ai choisi cet exemple non seulement parce que j'y ai participé comme observateur, et parce que cette expérience a très bien fonctionné mais surtout

parce qu'il s'agissait d'une micro-société de vieillards, donc une miniature de la nôtre. En effet, nous autres les Occidentaux, vivons dans une maison de retraite par rapport aux masses. FOREST a appelé cette expérience une « animation » sans peut-être se rendre compte de l'étymologie du terme. Cette « évocation des âmes mortes » est d'ailleurs typique de toute décadence. Quand Augustin fait son « animation » (« Deum at que animan cognos cere cupisco ») c'est la maison de retraite « Empire romain » qu'il veut animer. Quand j'ai vu la maison de la CNRO, ce miracle économique, ce paradis des ouvriers du bâtiment, cette « civitas Dei », ce but de l'histoire dans la lecture capitaliste, socialiste et catholique, j'ai compris d'un coup ce qu'est notre situation, et aussi ce que fait FOREST. Notre situation : essayer de donner un sens à notre mort. Ce que fait Fred FOREST : essayer « d'animer » notre mort, en nous donnant l'occasion de nous voir mourir. C'est ça, l'art sociologique.

Il s'agit de vieux ouvriers qui meurent dans un certain luxe sur la Côte d'Azur sans savoir comment le faire car nous avons perdu cet art suprême que les anciens appelaient « ars moriendi ». Fred FOREST est arrivé avec un équipement « closed circuit », cette transcendance électronique qui permet de faire de sa vie et de sa mort un spectacle. Un équipement évangélique dont la bonne nouvelle est qu'on peut non seulement voir de dehors comment on vit et meurt en société, mais aussi manipuler du dehors ce processus. Et les vieux se sont vite « animés » à prendre entre leurs propres mains cet instrument, cet instrument vivifiant, ils se sont vite mis à faire des « programmes » de leurs vies et de leurs morts. Ils se représentaient à eux-mêmes, pour eux-mêmes, pour nous les spectateurs, et pour un public plus vaste, absent mais toujours possible. Leur vie a changé radicalement grâce à cette animation. Ils sont devenus des acteurs, et non seulement des patients de leur propre mort. Sous la direction discrète de FOREST, et sous la supervision « spécialisée » d'un sociologue, Jean-Philippe BUTAUD, ils ont commencé à apprendre l'art de mourir en faisant la vidéo de leur attente de la mort (réelle ou fictive). C'était un événement plein de sourires, de chansons, grotesque et touchant pour nous, « beau » pour eux.

C'est ça, l'art sociologique : le rite d'initiation à la mort les yeux ouverts. Une mort très digne n'est-ce pas ? A ce moment-là, FOREST ignorait tout de son rôle d'initiateur (d'animateur) et je n'avais pas le courage de lui en parler. Mais les choses ont évolué depuis (crise du pétrole, famines, etc.) et j'ai le courage de le lui dire aujourd'hui car il en a maintenant conscience très probablement.

Je crois même que c'est la raison pour laquelle il est entré dans le « Collectif d'Art Sociologique » pour mieux animer la maison de retraite « Occident » par des événements qui sont grotesques pour les

masses, mais pleins de sourires, de chansons et beaux pour nous-mêmes.

Je répète : très probablement FOREST sait maintenant parfaitement ce qu'est l'Art sociologique. Un pas en arrière de la société occidentale pour la voir mourir. Une technique de la mort « ars moriendi ». Mais cette conscience n'est jamais tout à fait claire pour un artiste parce que son intérêt est absorbé par la technique. Il se concentre tellement sur le **comment faire** qu'il oublie **ce qu'il fait**. C'est pourquoi un artiste attend de la critique une analyse de sa technique, de sa méthode, et de la résistance que le matériau oppose à cette méthode. Il désire une **définition opérationnelle** de son art (de l'art sociologique dans le cas). En d'autres termes : il veut qu'on analyse son pas en arrière, et non la vue qui s'ouvre quand on a effectué ce pas de recul. En effet, quand j'ai commencé à rédiger le présent essai, je le voulais technique, formel, théorique. Je voulais analyser la méthode de FOREST (et celle d'autres artistes qui travaillent sur l'art et non dans l'art) d'un point de vue communicologique, épistémologique et esthétique. Je voulais être élégant — si possible utile au « Collectif d'art sociologique ».

Mais j'ai changé d'avis. Je trouve qu'une attitude élégante n'est plus de mise quand Rome brûle. Et quand des techniques comme l'art sociologique nous montrent concrètement que Rome brûle. Il n'est pas honnête d'exclamer par rapport à FOREST et aux autres du Collectif, ou non : « Qualis artifex pereo ».

J'ai donc préféré écrire cet essai qui est un cri d'angoisse, ou, si l'on veut, une **définition pragmatique** de l'art sociologique.

Il se peut que j'aie exagéré. En tout cas : il est certain que j'ai simplifié. Je vous ai proposé l'image suivante : une petite île (l'Occident), qui nage dans l'océan de la faim. Sur cette île, la plupart des gens passent leur temps à manger. D'autres travaillent dans les jardins de l'île pour la faire encore plus belle. Quelquefois les vagues de l'océan inondent une partie de l'île. Alors on discute pour déterminer s'il y a lieu de construire des digues individuelles ou collectives. Comme on a peur de regarder l'océan, on préfère en discutant, se regarder les uns les autres. Tout d'un coup des gens comme FOREST arrivent avec des équipements vidéo, des espaces vides dans les journaux et disent : « Animez-vous ! Regardez-vous un peu ! Je vous propose un miroir ! Vous verrez que vous êtes sur une île. Mais regardez vous-mêmes ! »

Voilà l'Art sociologique.

C'est exagéré peut-être. C'est simplifié certainement. En bref : c'est une caricature. Mais je crois qu'il est plus honnête, en ce moment, de faire des caricatures que des analyses élégantes.

Vilém FLUSSER.