UNIVERSITÉ DE PICARDIE/AMIENS – JULES VERNE

ÉCOLE DOCTORALE EN SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

DOCTORAT HISTOIRE DE L'ART

ISABELLE LASSIGNARDIE

FRED FOREST : CATALOGUE RAISONNÉ (1963-2008)

TOME IV : ANNEXES

SOUS LA DIRECTION DE LAURENCE BERTRAND DORLÉAC

SOUTENANCE : 26 MARS 2010

FACULTÉ DES ARTS, UPJV, AMIENS

MEMBRES DU JURY:

LAURENCE BERTRAND DORLÉAC

LESZEK BROGOWSKI

FRANCOISE COBLENCE

ÉVELYNE TOUSSAINT

ISABELLE LASSIGNARDIE

FRED FOREST : CATALOGUE RAISONNÉ (1963-2008)

TOME IV : ANNEXES

Table des matières

Documents :
Projets non réalisés

Projet de création d’une société d’audiovisuel	1971
Documents présentant plusieurs applications envisagées par Fred Forest du dispositif du « tableau-écran » (1969) : projets d’animations dans divers contextes (salons, centres commerciaux, télévision). Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22	

1971 Projet de création d'une société d'audiovisuel
Document tapuscrit « Pourquoi avons-nous décidé de créer une société d'audiovisuelle ? Paris, le 2 juillet 1971 », page 01/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22

Paris le 2 Juillet 1971

Ref. trouver des moyens financiers pour pouvoir disposer d'une economie autonome

Pourquoi avons-nous décidé de créer une société d'audiovisuelle ?

Le rôle de l'artiste, et son action dans la société de demain ne peuvent se comparer à ce qu'ils étaient hier. Dans la société des loisirs l'artiste devient une sorte"d'ingénieur" du temps libéré- Sa fonction change de forme . Sa fonction change d'échelle. Elle va utiliser les moyens techniques mis à sa disposition par le progrès pour jouer au niveau de l'environnement urbain. Le peintre de chevalet disparait il devient le plasticien d'aujourd'hui. L'artiste n'est plus se rêveur caricaturé par la tradition romantique mais un homme d'action confronté aux problèmes de son temps, inséré dans son mouvement. Ce style nouveau d'artiste existe depuis quelques années aux Etats Unis. Il s'apparente au buisness-man rompu aux mécanismes du management , mais également au technicien réceptif aux transformations technologiques à travers les développement scientifiques. Bref c'est un homme de son temps, dont l'imagination surmonte d'autant mieux les contraintes de la réalité qu'elle ne les méconnait jamais.

Placé personnellement dans cette optique, et convaincu des besoins qui vont se manifester d'une façon de plus en plus pressante dans les domaines de l'environnement, des spectacles, des loisirs, j'ai compris que je devais désormais donner à mon action un cadre de travail adéquat , une assise qui lui permette de se développer. Il fallait passer du stade de la recherche artistique pure que j'ai mené jusqu'alors à une activité dont la rentabilité serait suceptible de fournir les moyens indispensables à la poursuite de cette action. La solution ne réside pas dans une action circonscrite à une activité culturelle plus ou moins marginale , mais se situe par contre sur un plan commercial en liaison étroite avec les forces vives du temps. A savoir l'industrie, le grand commerce, la publicité etc... Chaque jour qui passe nous confirme l'importance de la créativité, le rôle de choix que l'artiste peut briguer dans le monde qui s'élabore sous nos yeux.

Mes travaux dans le domaine audiovisuel en qualité d'artiste de recherche ont reçu un très large écho en Février 1971 lors du 2 eme SALON INTERNATIONAL DE L'AUDIOVISUEL avec la présentation du TABLEAU-ECRAN. L'intérêt que ce procédé à suscité auprès des professionnels de ce secteur , mais aussi chez les publicitaires et les enseignants comme chez les hommes du spectacle démontre la réalité des débouchés offerts à ce système pour peu qu'il puisse disposer de l'appui financier nécessaire à sa commercialisation. Le procédé à fait l'objet du dépot d'un brevet en temps utile. Les recherches d'antériotité effectuées aux Etats Unis pour des raisons de rapidité nous ont confirmé qu'il était original malgré la relative simplicité de sa conception. Par cette participation à une manifestation internationale le TABLEAU-ECRAN a déjà bénéficié d'une très large propagande qui s'est traduite par de nombreux articles de presse,trois émissions de télévision, plusieurs émissions de radio. La force attractive du TABLEAU-ECRAN ne fait aucun doute. Son efficacité publicitaire est remarquable.

.../...

1971 Projet de création d'une société d'audiovisuel
Document tapuscrit « Pourquoi avons-nous décidé de créer une société d'audiovisuelle ? Paris, le 2 juillet 1971 », page 02/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22

Les applications du Tableau-écran sont très diversifiées :
- Dans le domaine de l'information pure : communication individuell ou communication de masse.
- Dans le domaine de la publicité : Enseignes-spectacles extérieure animation de lieux de vente , publicité de prestige.
- Dans le domaine de l'industrie du spectacle : décors pour les orchestres POP, décors pour le théâtre, décors pour la télévision.
- Dans le domaine de l'édition : création d'illustrations
- Dans le domaine des arts et de l'environnement : surfaces animées jeux cinétiques lors des fêtes populaires et des animations de rues.
- Dans le domaine de l'enseignement : procédés pédagogiques.
- Enfin dans le domaine de la signalisation urbaine et routière de nuit.

Ma participation au 2 em SALON INTERNATIONAL DE L'AUDIOVISUEL sur une surface de plus de IOO m2 m'a fait brusquement connaitre et mis en relation avec des clients potentiels (je tiens à votre disposition une correspondance abondante à ce sujet).
Il existe donc un produit . Ce produit a bénéficié d'une large propagande . Toutes les conditions de démarrage commercial sont réunies. Ce sont là les raisons pour lesquelles j'ai décidé de fonde une société commerciale d'audiovisuel dont la vocation sera en premier lieu la diffusion, l'exploitation du tableau-écran mais également par tous autres procédés la réalisation de programmes d'animations publicitaires et l'étude de tous problèmes d'environnements sonores et visuels.

Mon appartenance aux milieux de l'avant-garde artistique sur le plan des arts plastiques mais également mes contacts avec les milieux de musique contemporaine de théatre , de danse, de photographie me permettront de jouer soit le rôle de matire d'oeuvre soit celui de coordinateur dans la réalisation de certains programmes. Notre société sera en mesure de fournir des réalisations signées par des artistes aux noms les plus prestigieux. Pendant longtemps le souci de l'audiovisuel s'est circonscrit au "Hard" la quincaillerie comme on le nomme communément. Puis on a considéré que c'était le "soft" ce qu'on mettait de dans qui était le plus important. On a voulu faire passer un MESSAGE . Désormais celà n'est plus suffisant. Le goût du public s'éduque et devient plus exigent . La vocation de notre société d'audiovisuel, son originalité, consisteront à ajouter en plus un "emballage" artistique dont la qualité facilitera l'assimilation du contenu que la publicité désire transmettre. Notre formation d'artiste, notre expérience dans ce domaine nous désigne tout particulièrement pour cette fonction. Parrallèlement la poursuite individuelle de notre carrière sur le plan culturel donnera un label certain à notre activité commerciale.

Je reste intimement persuadé de l'avenir extraordinaire qui est réservé à ce secteur. Je tiens personnellement à y participer activement en trouvant les concours financiers indispensables auprès d'individus ou d'organismes qui auront saisis l'intérêt commercial de ce projet.

Fred FOREST

Fred Forest

En annexe au document précédent, de manière à préciser nos idées d'une façon concrète, suivent ici trois exemples type de ce que notre atelier de création pourrait réaliser. Bien entendu, d'une part ce choix n'est pas limitatif, d'autre part chacun de ces cas pourrait être traité, selon des conceptions technico - artistiques différentes .

I- ANIMATION D'UN SUPER-MARCHE

Dans le cadre de l'animation d'une grande surface de vente il est certain qu'il existe une grande variété de possibilités selon l'importance de cette surface, le but recherché, les moyens mis à notre disposition. Nos interventions s'appliquent chaque fois après une étude spécifique permettant de dégager une solution adaptée, une solution originale. L'animation que nous sommes en mesure de concevoir peut aller aussi bien de l'animation locale d'un stand ... à l'environnement total des lieux. Dans tous les cas elle visera à créer sur place une ambiance euphorisante favorisant la vente, la stimulant le cas échéant par l'utilisation de rythmes sonores et visuels appropriés. On peut concevoir également cette animation à l'extérieur de l'enceinte de vente de manière à créer un forum audiovisuel sous structures gonflables par exemple. La portée générale de cette action dépasse les objectifs immédiats de la vente tendant à créer par l'intérêt, la qualité, des prestations offertes, une cristallisation psychologique autour de ce lieu privilégié, où l'usager trouvera non seulement les produits de consommation qui lui sont nécessaires, mais encore "autre chose" . Le rôle de notre société, de notre atelier de création, consistera à élaborer et à fournir cet "autre chose" portée de tous, donnant ainsi à chacun la conscience de participer à un monde privilégié. L'on viendra faire ses achats à tel endroit, de préférence à tel autre, non seulement pour y trouver le nécessaire mais une certaine notion de standing qui s'y rattache par la nature des manifestations qui s'y déroulent ; et plus sûrement pour le plaisir qu'on peut y retirer !

La présence d'animations-spectacles et d'animations-jeux constituera une force d'attraction supplémentaire.

Après ces préliminaires nous avons choisi de décrire ici un exemple d'animation localisé.

Après les caisses, à la sortie de l'établissement, nous réaliserons une sculpture lumino-cinétique fonctionnant avec la participation du public par le trûchement de cellules photo-électriques mettant en branle des systèmes lumineux et sonores. Il est inutile de préciser que ces systèmes sont d'excellents supports de publicité. Cette sculpture donne la possibilité à chaque acheteur d'un produit déterminé ou a chaque client ayant effectué un montant minimum d'achats de participer gratuitement à un jeu-loterie. L'usager se présente sur une plate-forme devant la sculpture. Il introduit le jeton qui lui a été remis lors de son payement à la caisse. La sculpture rend alors son oracle : (magnétophone).

.../...

-" Vous avez gagné un paquet de lessive offert par X "

-" Vous avez tout perdu sauf la santé "

-" Revenez me voir demain "

-" Je vous offre un poster des Rolling Stones "

etc... etc...

Chaque oracle s'accompagne d'un flot de lumière et de sons divers Une certaine mise en scène reste de circonstance.

2- ANIMATION AUDIOVISUELLE DE SALLE D'ATTENTE, LOCALE DE PRESTIGE, CENTRE DE LOISIR.

(Hall de gare, hall de banque, aérogare, hall d'exposition commerciale, cocktail de presse, congrès, fête annuelle d'une entreprise...)

Sur la totalité des murs de la salle, ou dans une partie aménagée à cette utilisation du procédé du Tableau-écran de Fred FOREST. Des projections lumineuses multiples synchronisées avec le son créent un univers de formes et de couleurs mouvantes en se recomposant sur de grandes surfaces portant des informations visuelles préétablies selon les thèmes choisis vision réaliste, ou jeu purement plastique, se déroule sous nos yeux une fresque en perpétuel renouvellement.

Cet environnement joue un rôle de décoration pour les locaux. Décoration attrayante aux facettes changeantes qui pourra être signée par des artistes connus au même titre que les tableaux statiques ou les tapisseries auxquels on avait recours hier.

Cette surface de projections peut servir avantageusement de support à une publicité de prestige car il sera toujours possible d'y faire apparaître de temps à autre le nom de la firme commanditaire ou son sigle à partir desquels des jeux graphiques peuvent être imaginés. L'intérêt de ce système est multiple. Il permet de faire prendre patience, agréablement à un public present dans l'attente d'une opération quelconque, il permet aussi de l'attirer, de le distraire, de le retenir. Cette formule de décoration - spectacle est appelée à connaitre demain le développement le plus prometteur.

3- PROJET DE REALISATION D'UN STAND D'ANIMATION AUDIOVISUEL DANS LE BUT D'UNE PROMOTION DE L'AUTOMOBILE

cadre : Salon de l'auto - Toute foire exposition - Hall, vitrines et magasins d'exposition.

Esprit : Le projet est présenté comme l'oeuvre de deux artistes contemporains l'un dans le domaine musicale, l'autre dans les arts plastiques. Tous les deux s'intéressent à de nouvelles formes d'expression, recherchent de nouveaux styles de manifestation de nouveaux lieux dans le but d'atteindre un public plus large.

.../...

Caractère : Plusieurs formules peuvent être envisagées mais elles mettent toute en action un jeu d'éléments sonores et visuels dans l'environnement duquel l'automobile à promouvoir va s'intégrer. Une bande sonore originale est crée à cet effet par Luc FERRARI. Un décor visuel cinétique par Fred FOREST qui après avoir réalisé le " Tableau-Ecran" , les "Maisons-Ecran" en arrive dans sa démarche logique de création à la " Voiture-Ecran"

Formule générale type

Une voiture automobile fixe est équipée de cellules photo-électriques diversement orientées. Elle va réagir au passage du public par des réactions mécaniques, sonores et visuelles entrainant ainsi la participation des visiteurs ou des passants.

A- la voiture réagit elle-m^eme
- phares - clignotants qui s'allument
- portières qui s'entre-ouvrent
- Klaxon

B- le son
Des magnétophones se mettent en marche diffusant des slogans mettant en valeur la qualité du véhicule en alternance avec des dialogues montages humoristiques qui laissent entendre tout ce que l'on peut entendre dans une voiture qui circule depuis les injures, les disputes de famille quant à la vitesse du mari ou la conduite déplorable de l'épouseetc...Celà s'accompagnant de bruitage et de musique éventuellement . Les magnétophones qui régissent le son, sont également commandés par des cellules photo-électriques.

C- Visuel
- Des spots colorés dirigés sur la voiture s'allument en synchronisation avec les évènements sonores.

- Des projections extérieures (diapositives+Film) sont faites sur la voiture utilisée comme écran (choisie blanche ou crème à cette intention).

- Des projections intérieures sont réalisées sur les glaces (pare-brise, lunette arrière,glaces de portière) faisant apparaitre des personnages par exemple, des paysages, des slogans etc...)

Conclusion : A partir de cette idée diverses formules peuvent être aménagées et retenues en définissant l'utilisation des moyens mais aussi de la conception artistique générale - Dans un lieu assez vaste on peut imaginer de la sorte un dialogue entre plusieurs voitures.

.../...

Les trois exemples qui précèdent illustrent ce que notre société audiovisuelle sera amenée avec la collaboration d'artistes venus de tout horizon à réaliser. Les ressources de l'électronique et la collaboration des techniciens doit nous permettre de réaliser des systèmes relativement simples et fiables. Il nous sera toujours possible de faire sous-traiter par des laboratoires équipés les systèmes électroniques plus complexes dont nous aurions obtenu commande. Notre vocation à l'animation en qualité d'artiste doit être entendu au sens large du mot. Nos activités déborderont largement le cadre de l'audiovisuel pour toucher à tous les problèmes d'aménagement de l'espace, de la mise en valeur esthétique, de son organisation comme lieu d'échanges, de communications et de loisirs.

Bourse échange du fait divers entre New York et Paris	1975
Document décrivant un projet d'animation participative reposant sur le « fait divers », présageant ce que sera *La bourse de l'imaginaire* réalisée en 1982 au Centre Georges Pompidou, à Paris. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA09	

1975 Bourse-échange du fait divers entre Paris et New York
Document tapuscrit, « Bourse-échange du fait divers entre Paris et New York », présentation du projet, page 01/04

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA09

" BOURSE - ECHANGE " du fait divers entre Paris et New-York

Observations : Ce projet est en instance de réalisation depuis I974 . Il avait fait sur ma proposition l'objet d'un accord de principe avec l'artiste américain Douglas DAVIS pour une réalisation simultanée en collaboration . Douglas DAVIS se réservant la possibilité d'y inclure ses propres conceptions avant que la forme définitive soit arrêtée.

SChéma proposé :

I Indications générales :

Cette manifestation se réalise simultanément entre Paris et New-York . Sa mise en place prévoi un dispositif symétrique dans ces deux villes . Douglas DAVIS intervient et anime à New-York Fred FOREST intervient et anime à Paris . (ou inversement) . (Selon le même principe un dispositif plus complexe peut faire entrer plusieurs capitales et différents artistes sur différents continents dans le jeu).

II - Durée de l'échange :

L'échange se déroule sur une durée minimum d'une semaine , de deux semaines au maximum .
La présentation des documents recueillis se poursuit sur un temps indéterminé. Les " matériau presse " font l'objet d'une étude par un spécialiste d'analyse de contenu qui donne lieu à une publication ultérieure .

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA09

III - Description du dispositif .

- Dans le lieu d'inplantation prévu (lieu culturel ou tout autre lieu public) un téléphone relié au réseau interurbain est posé sur une sellette .
- Une caméra vidéo est braquée sur le téléphone elle enregistre tous les échanges téléphoniques .
- Sur des cimaises périphériques des emplacements sont réservés à l'affichage .

Cet affichage comportera :

a) Au jour le jour l'agrandissement photographique du fait divers sélectionné et transmis .

b) la totalité des envois expédiés par les lecteurs à titre d'échange au fur et à mesure de leur arrivée .

IV - Déroulement de l'action.

Dans le lieu choisi l'action est donnée à voir d'une façon publique . Le processus de travail et d'éshange " spéctacularisé " par le rituel de la communication mis en scène est offert au regard . C'est l'activité elle même qui constitue " l'objet artistique " ou " para-artistique " . Le déroulement est symétrique entre les deux villes et fonctionne d'une façon identique dans les deux sens selon le modèle de base suivant :

a) chaque jour à heure fixe Douglas DAVIS téléphone de New-York un fait divers qu'il a sélectionné dans la presse New-Yorkaise -Sa communication aboutit à Paris sur un terminal d'amplification qui permet à toutes les personnes présentes d'entendre sa voix . Fred FOREST à Paris décroche et réceptionne le message téléphonique . A son tour il transmet le fait-divers sélectionné dans les journaux

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA09

La scène est enregistrée à la vidéo . Elle sera diffusée répétitivement tout au long de la journée pour le public de passage dans les lieux .

b) Après avoir raccroché Fred FOREST traduit immédiatement le fait divers transmis dans la langue anglaise en français. Il porte ce texte dans la rédaction d'un journal pour sa publication . Au plus tard le lendemanin . Cette annonce parait en principe dans les emplacements réservés à la publicité sous une rubrique qui pourrait s'intituler : " Bourse du fait divers . Deux artistes vous offrent des faits divers " .

En annexe de cette publication dont les sources sont référencées une légende invite le lecteur à un échange . Qui expédira un fait divers découpé dans son journal aux " artistes " recevra en retour un fait-divers de leur part identifié par un tampon . Les faits divers seront accompagnés d'un texte très court donnant quelques indications sur les motivations du choix .

V - Considérations théoriques sur l'action :

l'objectif du projet réside ;

I - Dans la mise en place d'un système de communication et d'échange intercontinental ~~dans la~~ qu'il se réalise perspective de réalisa~~tion~~ d'une " action artistique " qui utilise successivement ou simultanément comme média la voix humaine , le téléphon la vidéo , la presse , l'espace culturel , et comme matériau manipulé , un produit de presse : le fait-divers .

2 - Dans le déplacement et le détournement d'une information (le fait-divers) transféré d'une aire géographique et culturelle ~~différente~~ dans le neuf (modificatinn des contenus) .

3-Dans son transfert délibéré du contexte de l'information

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA09

perturbants que laisse entendre ce déplacement pour le support de virtualisation . (Il n'y a rien à vendre , il n'y a rien à promouvoir , c'est un échange qui est proposé)

4 - Dans la participation du public et le feed-back postal comme provocation utilisant les moyens de communication de masse .

5 - Dans l'engagement d'un processus de réflexion à partir des matériaux émergés sur les conditions dans lesquelles les faits-divers assurent peut-être aujourd'hui par les mass média une fonction que les rites réalisaient hier dans d'autres sociétés . En effet la " comsommation " sous forme de fait-divers , des prises d'otages , des viols , des incendies , des accidents de toutes sortes nous permet par une inversion des tabous de supporter l'angoisse de la condition humaine imposée par notre monde moderne . L'horreur est apprivoisée en devenant " spectacle " . Ce qui frappe les autres à moins de chance de nous atteindre nous-mêmes .

Bonjour Monsieur Courbet / Bonjour Monsieur X	1975 (vers)
Document décrivant un projet d'animation participative prévu pour la ville de Montpellier (France), en relation avec le Musée Fabre, détenteur de l'œuvre de Gustave Courbet, intitulée *Bonjour Monsieur Courbet* (1854, huile sur toile, 129 x 149 cm). Ce projet préfigure notamment deux actions *À la recherche de Julia Margaret Cameron* (janvier-juin 1988) et *Zénaïde et Charlotte à l'assaut des médias* (décembre 1988-avril 1989), en ce qu'elle propose un dialogue entre une œuvre ou artiste du XIXème siècle et une ville, ses habitants, à travers un dispositif d'expériences de presse et d'animation. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22	

TITRE "BONJOUR MR COURBET"
ou "BONJOUR MR X .. "

PROTET DÉPOSÉ

Projet COURBET

Le but du projet a pour finalité la réalisation d'une animation multi-media qui prendra pour objet de départ le célèbre tableau de Courbet: "Bonjour Monsieur Courbet", détenu par le musée Fabre.
Il s'agit là d'un modèle à partir duquel des animations semblables pourront être effectuées sur d'autres artistes.
Cette animation a pour but de sensibiliser la population de Montpellier à la connaissance d'un chef d'oevre de la peinture détenu par sa ville et d'établir un lien entre le musée et un certain type de public qui ne s'y rend jamais.
Cette animation a pour but également à coté des aspects d'informations et didactiques de mettre en oevre de nouvelles formes des communications et d'expressions en utilisant notamment les canaux de communication de masse.

Déroulement de l'opération conçue, réalisée et animée par Fred Forest avec la collaboration éventuelle de l'école des Beaux-Arts ou de toutes institutions que vous jugerez judicieux d'associer (maisons de quartier, écoles, lycées etc.....).

Première phase

Publication dans la presse
par voie d'affiches
par des tracts

de la reproduction en noir et blanc du tableau. Des "bulles" ont été aménagées au-dessus des personnages et du chien. La reproduction est assortie de la légende suivante:

"Collaborez avec Mr. Courbet. Ce tableau se trouve dans votre ville - dans le musée, l'avez-vous vu? En toute fantaisie imaginez ce que les personnages se disent. Vous pouvez aussi écrire un texte plus long qui raconte leur histoire imaginaire. Vous pouvez encore recomposer entièrement à votre goût ce tableau avec vos ciseaux par un collage-montage en y ajoutant tous les éléments que vous désirez.

- 2 -

Retournez votre réponse postalement, ou encore mieux, ramenez-la, vous-même, au musée Fabre pour l'accrocher sur les cimaises ou elle restera exposée du ..... au ....."

Deuxième phase

Jeu-enquête vidéo (avec une ou plusieurs équipes) dans les rues de Montpellier sur le slogan: "Pouvez-vous m'indiquer ou habite M. Courbet?" Cette enquête permet de réaliser de nombreux documents filmiques qui en dehors de l'intérêt d'animation ludique fourniront également de précieux renseignements sociologiques qui pourront faire l'objet ultérieurement d'une publication sur ce type de stimulation urbaine.

Troisième phase

- Exposition des réponses des participants dans le musée, autour du tableau.
- Visionnement des documents filmiques - vidéo.
- Conférence d'un spécialiste de Courbet.
- Débat avec le public.

Ces actions prennent appui aussi bien pour la réalisation du projet que pour la présentation des materiaux recueillis dur les différents points cilturels municipaux de la ville.

Indications budgétaires

Elles comprennent trois postes:

1. Un poste pour l'information locale et nationale sur le lancement de l'opération (mailing).
2. Un poste de réalisation - différents médias pour la reproduction du tableau -

Presse	(Midi-libre ???)
	Journal de Montpellier etc.
Affiches	Apposées en grand nombre sur les murs de la ville.
Tracts	Distribués en grand nombre.

3. Location de matériel vidéo

Il m'est difficile de chiffrer ces postes ne connaissant pas les possibilités techniques offertes par l'infrastructure même de la municipalité.

Enfin le dernier poste est relatif à ma propre intervention comme concepteur, animateur et réalisateur. Messhonoraires s'élèveront au montant forfaitaire de 15.000 Francs pour la totalité de l'opération.

Bourse échange du fait divers	1976
Document décrivant un projet d'animation participative reposant sur le « fait divers », prévu pour la Documenta 6 de Cassel (Allemagne, 1977) et présageant ce que sera *La bourse de l'imaginaire* réalisée en 1982 au Centre Georges Pompidou, à Paris. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22	

1976 Projet Bourse-échange du fait divers
Document tapuscrit, « Documenta 6 : la bourse-échange du fait divers. Un projet de Fred Forest », page 01/07
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22

DOCUMENTA 6 : LA BOURSE -ECHANGE DU FAIT DIVERS

UN PROJET DE FRED FOREST

I - INTRODUCTION AU PROJET

Au moment où ces lignes sont écrites le projet que j'ai proposé pour la documenta 6 à la demande du Docteur Manfred SCHNECKENBURGER n'est pas définitivement accepté . Il se trouve que plusieurs membres de la commission témoignent beaucoup de réticence pour un projet qui selon leurs sentiments n'a plus rien à voir avec l'art . D'autres par contre , parmis lesquels le Dr SCHENECKENBURGER lui-même , le défendent avec beaucoup de conviction . C'est l'éternel querelle entre ceux qui ont une vue figée de l'art , comme de la culture d'une façon plus générale , et ceux , au contraire , qui adoptent une attitude délibérément prospective . Quelle que soit la suite des évènements , et même s'il ne devait pas être retenu ce projet aura eu le mérite , au moins , d'exister sur le papier . Avant de passer à son exposé explicatif il me parait nécessaire d'insister , un moment , sur cette situation . Situation ou les responsables institutionnels de la culture sont souvent incapables de discerner les nouvelles orientations de l'art et se trouvent désorientés devant ses formes nouvelles au point de les rejeter systématiquement quand elles ne répondent pas aux codes établis .

- CONSIDERATIONS GENERALES JUSTIFIANT CE TYPE DE PROJET

A ceux qui demandent : " oû est l'art là-dedans ? " Je voudrais répondre par une autre question : " Que signifie , aujourd'hui , le mot art ? "
La crise de la société , ses mutations , l'apparition de nouvelles techniques , la remise en question du fait usuel , le dépérissement des dogmes esthétiques contribuent à disqualifier définitivement les genres d'expressions traditionnels en même temps que s'amorce un lent et inévitable mouvement de bascule vers l'horizon des sciences humaines . La peinture de chevalet n'en finit pas d'agoniser et ce n'est pas sa reconversion dans le genre hyperéalisme ou support-surface qui sauvera le moribond . Les arts plastiques se trouvent contestés par leur incapacité de répondre aux nouvelles exigences de notre temps . Nous assistons à un changement profond de l nature constitutive de l'art .
Le problème ne se pose plus en termes de représentation formelle (que représenter ? Comment le représenter ?) pour l'artiste mais comment favoriser la réflexion , activer la communication , provoquer une prise de conscience . L'acte artistique est conçu comme provocatio destiné à créer un questionnement qui déborde le champ esthétique . Ce questionnement ne se limite plus à la remise en cause de l'art mais vise à entreprendre une analyse critique de la société toute entière . La crise de civilisation se traduit par la remise en cause d'une culture dont les langages sont devenus inopérants . La création de notre époque , en effet , n'échappe pas aux contradictions du contexte dans lequel elles se développent et dont elle devient le miroir . L'art moderne traverse une crise d'identité profonde . Il recherche les signes d'un nouveau code ouvert aux nécessités de la communication collective . Un code qui ne soit plus producteur d'objets inertes offert à la contemplation passive mais générateur de situations favorisant la transformation de notre milieu social

.../...

L'art moderne recherche d'autres méthodes , utilise de nouveaux médias , collabore avec d'autres disciplines , s'ouvre à d'autres champs , repousse en tous sens les frontières dans lequelles on avait réussi à l'isoler . Il boulverse sans ménagement les habitudes de pensée . Il recourt à de nouvelles techniques , surgit sous de nouvelles formes . L'art sociologique utilise l'imaginaire comme un tremplin pour atterir en plein milieu de la réalité social qu'il essaye d'infléchir . Enfin , par rapport au concept traditionnel de l'art , l'art sociologique introduit une rupture brutale dans la mesure oû il présente le " fait social " gánéré , comme ' oeuvre d'art " à part entière . L'art sociologique ne vise plus à la production répétitive d'objets mais à la création d'évènements sociaux . Il s'appuie et se nourrit d'une réalité sociale qui lui donne le prétexte et la matière de ses interventions . La communication avec le public ne s'exerce plus dans un sens unilatéral en termes de " savoir " et de " pouvoir " mais se réalise dans une attitude dialoguée .
L'art sociologique vise à créer des champs de conscience , à démystifier les idéologies , à obtenir des changements de comportement par une pratique socio-critique faisant appel à de nouveaux modes d'action. Il vise également à accélérer , ou ralentir l'information pour en proposer une autre lecture . Cette nouvelle conception de l'art est reliée directement à la vie , à l'environnement , au quotidien .
C'est dans de telles perspectives que s'inscrit le projet que j'ai élaboré pour la documenta 6

Ce type de projet se place dans le droit fil d'un travail d'activation et d'animation utilisant les mass-médias que j'ai engagé depuis les années 69 . Il s'effectue sur des " matériaux " entièrement nouveaux Les matérieux artistiques traditionnels médiatisés par les techniques de la gravure , la peinture , la sculpture , et plus récemment le cinéma mettent chaque fois en oeuvre des méthodes qui leurs sont propres ... Ces méthodes sont l'aboutissement d'un long processus d'élaboration qui s'échelonne sur des décennies , voire des siècles de pratique artistique . Maintenant ces méthodes sont codifiées : transmissibles , assimilables . Elles font l'objet d'un enseignement parfaitement rationnalisé dans des écoles prévues à cet effet . Chaque artiste , bien sûr , peut introduire à l'intérieur de ces disciplines sa petite variation personnelle . Mais cet apport qu'il propose dans le sens d'un complément , d'une correction ou d'une suppression , s'exerce toujours par rapport à une méthode référente existante , une règle établie , un modèle admis .
Pour une expérience comme celle que je veux mener au cours de la documenta , qui se déroulera en Juin 1977 , en l'absence de règle et de modèle antérieurs le problème se pose en termes différents ; je suis contraint d'inventer ma propre méthode . Il m'est impossible de prendre appui sur une tradition existante . Je me trouve placé dans l'obligation d'imaginer simultanément " ce que je dois faire " et dans le même temps de décider " comment je dois le faire " . Le problème posé dans chaque cas trouve sa solution dans le rapport dialectique qui s'établit entre ces deux pôles . Ma position médiane dans cette conjoncture en qualité d'acteur-intervenant caractérise mon engagement artistique , tour à tour , dans chaque situation.

Le projet de la documenta ne doit pas être perçu sous un angle fermé . Il s'agit , bien entendu , de la création d'un évènement qui lève partiellement les contrôles sociaux et permet éventuellement une étude scientifique (introduction de l'expérimentation dans les sciences sociales) mais ce que nous recherchons davantage à travers une telle action , c'est en réinstaurant certaines possibilités

..../...

d'initiative , de voir comment les groupes trouvent , retrouvent , ou ne retrouvent pas le chemin des conduites créatrices . C'est en réinstaurant l'utilisation des moyens de communication de masse introduire une réflexion sur leur fonctionnement au sein de notre société , et par leur intervention directe dans le milieu culturel tenter de rompre l'isolement de ce milieu par une accélération , tous azimuts , de l'échange .

- DISPOSITIF DESCRIPTIF DU PROJET

Le titre générique choisi du projet , Bourse-échange du fait-divers annonce clairement que l'action artistique va consister à réaliser une expérience dont le matériau de base sera le fait-divers , tel qu'il apparait dans la presse , mais auquel on fera subir une série de manipulations avec intervention du public et invitation à la création de sa part . Il s'agit d'une animation multi-média qui empruntera à la fois les canaux de communication de masse (journaux, radios , télévisions) comme instruments de propagation mais qui utilisera également une partie de ses contenus . Ce dispositif interactif aura aussi pour but d'établir un lien d'échange actif entre la documenta et un public beaucoup plus large que celui auquel s'adresse généralement les manifestations culturelles .

- DEROULEMENT DE L'ACTION

A) A l'intérieur de la documenta mon stand signalé par un panneau Bourse-échange du fait-divers dispose d'un espace clos d'une centaine de mètres carrés environ . Cet espace va être le lieu scénique du déroulement de l'action en tant que lieu à partir duquel s'exerce la régulation de l'action et le point de départ et d'aboutissement des échanges et des stimulations . C'est dans cet espace que je donne à voir , (et à vivre au public) , au jour le jour , le développement de l'expérience . J'y suis présent en permanence , assisté par une équipe l'action se déroule pendant une dizaine de jours consécutifs . Tous les matériaux générés par les échanges (postaux) à la suite des " provocations " successives (par les mass-média) sont affichés au fur et à mesure sur les cimaises dans leur ordre d'arrivée .

B) Je dispose d'un appareil Télex en liaison avec le circuit international et de plusieurs lignes téléphoniques .

C) Je dispose d'un circuit fermé de télévision avec projection murale sur grand écran qui permet en permanence de donner à voir au public , à une autre échelle , par une sorte d'effet miroir , l'espace global où se déroule l'action , ou selon le cas des lieux localisés et très spécifiques de cet espace , et également des documents qui sont ainsi agrandies . Je dispose également d'un vidéorecorder permettant tous les enregistrements vidéo .

D) Je travaille en liaison directe et quotidienne avec six grands journaux internationaux par l'intermédiaire du télex :

I - journal LE MONDE Paris

.../...

2 - NEW-YORK TIME	NEW-YORK
3 - LE SOIR	BRUXELLES
4 - LA STAMPA	MILAN
5 - LA TRIBUNE DE LAUSANE	Lausanne
6 - DIE WELT	HAMBOURG

E) Chacun de se s journaux :

I - me transmet un fait-divers publié chaque jour dans son édition quotidienne .
Le fait divers , au titre de l'action , est publié dans un organe de presse allemand mais dans la partie réservée à la publicité de manière à modifier sa lecture et provoquer le lecteur .

2 - Publié une annonce invitant ses lecteurs à participer à la " Bourse du fait-divers " qui se déroule à la documenta de Kassel : Qui expédiera un fait-divers réel ou inventé (mention des sources) recevra en retour un fait-divers qui lui sera expédié par Fred FOREST avec cachet d'authentification Bourse-échange du fait-divers documenta 6

F) L'activité d'ouverture du courrier , de relation téléphonique avec certains participants , d'affichages des réponses se déroule en présence du public

G) Un sociologue spécialiste des mass-médias intégré à l'équipe explique en permanence au public le déroulement et les résultats de l'expérience à partir d'un bureau placé sur un podium disposant de micros .

H) Des séries ponctuelles de conférence sont organisées sur les lieux faisant appel à des spécialistes de presse et des sociologues .

I) Tous les soirs le " fait-divers du jour " est projeté sous forme de slide géante (40 mètres X 4 mètres) sur les immeubles de la ville de Kassel .

K) Tous les moyens de communication de masse utilisables sont empruntés chaque fois que possible pour se recouper et dynamiser l'évènement (Radio - Télévision). Le projet reste ouvert et une partie de son orientation et développement reste directement liée à la situation qui sera crée sur place .

- LE FAIT-DIVERS COMME MATERIAU DE BASE

C'est un lieu commun aujourd'hui de dire que les nouveaux moyens de diffusion (télévision , radio , cinéma , presse et demain diffusion par câbles et satellites , vidéo cassettes etc...) transforment notre société , nos façons de vivre , notre culture

.../...

notre psychologie , notre morale . Mais dans quelle mesure ? Pour répondre à cette question , il faut se pencher sur ces phénomènes . Il faut les interroger , les soumettre à notre observation , à notre expérimentation . Ainsi nous pourrons mesurer l'influence que les mass-média vont exercer sur l'avenir de notre civilisation et comprendre mieux ce qui , aujourd'hui , est en train de changer sous nos yeux . L'artiste , consciemment ou inconsciemment , à toujours été un témoin de son temps , dont il a offert à travers son interprétation une traduction . Les dieux grecs , les vierges romanes , ou les leçons d'anatomie de Rembrandt sont des représentations directement inspirées par l'environnement social de l'époque qui les a vu naître . Aujourd'hui ce contexte social est différent et ce qui le caractérise , le marque , le détermine est de nature autre . Il nous appartient de rendre " visible " ce qui ne l'est pas encore . C'est pourquoi nous concentrons notre attention sur le fait-divers , comme nous l'aurions fait , dans le passé , sur un visage de madone , une scène de cour, ou une carcasse compressée d'automobile un peu plus tard .

En interrogeant le fait-divers et sa fonction dans la presse nous espérons apprendre beaucoup sur nous-mêmes . Par une action de manipulation de ses contenus et d'activation multi-média il est interessant de retrouver sa référence à la condition humaine tout en mettant en évidence sa fonction dans notre société . Il faut bien entendu rester prudent . Il ne s'agit aucunement pour nous , d'adopter une attitude scientiste . Nous n'avons rien à démontrer . La notion de fonction sur laquelle nous nous interrogeons n'est empreinte d'aucune intention finaliste , elle ne se pose que comme une interrogation supplémentaire sur notre condition d'homme . Assumer la condition d'homme que ce soit dans les sociétés primitives ou dans la civilisation des mass-média c'est toujours , soit directement , soit par des artifices symboliques réaliser un équilibre précaire qui oscille entre le besoin de s'enfermer dans cette condition définie par nos déterminations et le beoins puissement ressenti d'en sortir . Ce que les rites réalisaient par la sacralisation , les mass-média l'obtiennent par une transposition du réel en le convertissant en spectacle . L'angoisse moderne trouve peut-être le moyen de s'exorciser en s'exprimant socialement sur nos journaux quotidiens dans la chornique des faits-divers . Plusieurs sociologues ont signalé cette fonction plausible des mass-média dans laquelle la dimension symbolique prise en charge par les rites et les mythes est relayée désormais par la prsse et la télévision sous des formes métamorphosées . Nous pouvons observer que les faits-divers véhiculés par les mass-média offrent au public les évènements tragiques etdes personnages ou des groupes sociaux curieux , anormaux , exceptionnels . Dans la rubrique des faits-divers régnent à longueur de colonne les accidents , les catastrophes , les crimes , les viols , les vols , les incendies . Le fait divers constitue une sorte de retour de l'anormalité à la normalité par émergence à la conscience collective sur les mass-média .

Dans les sociétés primitives cet " anormal " entrainait des rituels de purification et d'éloignement . Tout au contraire dans notre civilisation moderne , tout en gardant l'archaïque frisson d'angoisse , l'anormal se trouve intégré sous la double bénédiction de Gutemberg et de marconi en apparaissant domestiqué sur la page de nos journaux et nos écrans de télévision . Ainsi l'humanité se donne l'illusion de maîtriser son historicité en récupérant le marginal et l'inhabituel . Le spectacle journalier des attentats , des

.../...

inondations , des tremblements de terre , des collisions d'automobiles , des accidents d'avion et des prises d'otages que produit à longueur d'année nos journaux est un moyen de donner à bon compte l'image fallacieuse de l'émancipation . En fait , il ne s'agit là que d'une caricature dérisoire de la liberté humaine .
Le fait divers constitue une sorte d'exaltation de l'accidentel par le spectaculaire et opère par son existence sociale à travers les mass-média une sorte de projection qui permet au public dans unprocessus psychologique de réaliser par symbole ou par procuration ce qu'il n'est pas possible de faire dans la vie courante . Le rapprochement entre le réel et le fictif par le biais du spectaculaire semble réconcilier l'inconciliable dans la condition humaine oscillant entre les pôles d'un monde déterminé sécurisant et l'attrait fascinant de non-conditionné. Certes le lecteur de " France-Soir " devant les pages de son journal n'est en apparence , nullement comparable au primitif, mais la médiation du fait divers l'aide à s'accepter lui-même entre ses deux tendances contradictoires qui représentaient d'une part le tabou , de l'autre la magie dans les sociétés archaïques . Cependant les effets d'identification du fait divers lui permettent de passer sans rupture du réel à la fiction (la réalité spectaculairisée étant devenue fiction) et de créer ainsi un lien entre son univers quotidien et un univers mythique dont il ressent toujours le besoin même s'il est un homme du XX eme siècle . Il s'impose également d'avoir présent à l'esprit les analogies possibles entre l'expression rituelle et l'expression ludique . L'activité du jeu trouve beaucoup moins l'occasion de se satisfaire dans les société modernes que dans les sociétés archaïques . Le défoulement , peut en conséquence , prendre appui sur d'autre supports de nature différente , adaptée aux conditions de l'environnement moderne. Il se peut donc que le fait divers assure également ce rôle dans la presse en alimentant un besoin d'imaginaire et satisfaisant les fantasmes du lecteur lui offrant un exutoire inoffensif. Mais le fait divers est plutot du côté de l'ordre établi dans la mesure oû il donne une satisfaction symbolique à des pulsions qu'il serait dangereux pour l'ordre social de refouler. L'expression violente médiatisée par le fait divers est au service d'une libération cathartique de la même manière que le faisaient certains mythes qui simulaient le déchaînement des forces agressives pour les conjurer .

A travers un projet comme celui que nous proposons avec la " Bourse échange du fait divers é nous désirons mettre en évidence la relation qui peut exister entre l'usage et les contenus de nos moyens de communication de masse et le fond archétypique de la nature humaine . Cela peut d'ailleurs nous conduire à déceler le lien comparatif entre notre propre civilisation et d'autres types de sociétés pour découvrir , à notre étonnement , l'identité des motivations profondes entre les unes et les autres . Nous voulons aller encore plus loin par la " manipulation forcée " de ce matériau en le soumettant à une série d'expérimentations . Nous voulons savoir pourquoi nous sommes des consommateurs forcenés de visions d'horreur assaisonnées à la sauce de notre journal quotidien .

.../..

Est-ce pour nous " décharger " de l'angoisse latente qui habite l'homme depuis toujours mais que l'environnement moderne contribue à exacerber encore plus ? Que recherchons-nous à travers la typographie , dans cette ennuyeuse et fascinante litanie de catastrophes , de meurtres , de faits dangereux ? Est-ce la réponse à notre propre angoisse , qui rencontrant sous ses yeux une forme d'illustration concrète à la manière journalistique se libère et s'exorcise en quelque sorte ?

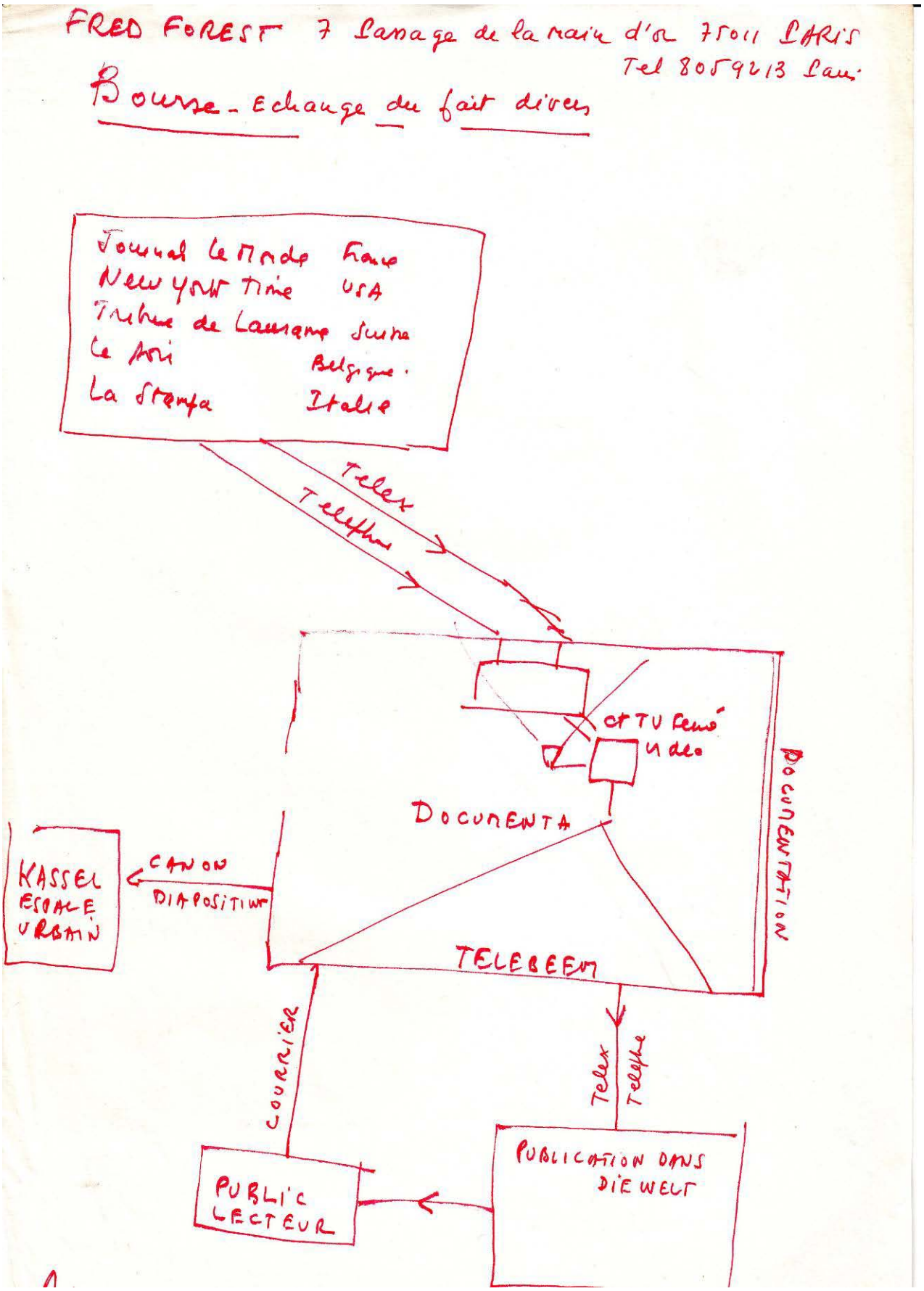
Ce qui arrive aux autres nous confirme avec soulagement et naïveté selon le calcul des probabilités que ça nous arrivera pas à nous ! Et cette confirmation , il est nécessaire , d'aller chaque jour la puiser sur la page de notre journal dans la chronique des faits divers .
Boilà bien des raisons qui font du fait divers , à différents titres , un objet , un matériau de travail , pour le moins exceptionnel sur lequel nous avons localisé notre action en y concentrant l'essentiel de notre effort et de notre attention .

- CONCLUSION

Il doit être tout à fait évident à travers l'action de manipulation d'informations que constitue notre projet que le but recherché n'est aucunement pour nous la vérification expérimentale d'un savoir admis . Il s'agit plus certainement d'une ' animation " ouverte , d'un jeu de simulation dont les résultats et les développements sont imprévisibles Il s'agit d'une action poussant l'imaginaire à briser le cadre étroit dans lequel notre société le cantonne et l'institutionalise . Il s'agit d'une réflexion systématique sur des pratiques sociales , en intervenant directement sur ses pratiques pour les détourner , les perturber , les révéler . Il s'agit d'une action globale où l'intention artistique est déterminée d'une part par le lieu à partir duquel elle se lance et se déroule , d'autre part par la forme nouvelle de création " sociale " qu'elle constitue . Mais il faut dire aussi , sans ambiguité , que cette action comme activité humaine , à la limite , se justifie en elle-même manifestement , sans avoir nullement besoin de la caution de notre art. Et c'est encore en cela qu'elle est aussi de l'art !

C'est en somnambules que nous nous soumettons auxx normes sociales sans en prendre conscience le plus souvent , sinon d'une façon fugitive lorsqu'elles sont " exposées " , par un " artiste " , " manipulées " par un artiste , " déviées é par un " artiste . L'art , c'est à dire l'art sociologique est donc encore nécessaire danss notre société

1976 Projet Bourse-échange du fait divers
Document manuscrit, « Bourse-échange du fait divers », schéma du dispositif
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22



Bombardando Venezia	1976
Documents concernant un projet préparé par le Collectif d'art sociologique pour la 37ème Biennale de Venise (Italie) en juin 1976. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA09	

1976 Bombardando Venezia
Document tapuscrit, « Projet du COLLECTIF D'ART SOCIOLOGIQUE à la Biennale de VENISE, juin 76 (Hervé Fischer, Fred Forest, Jean-Paul Thénot) BOMBARDANDO VENEZIA (Dispositifs d'implosion culturelle) ».
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 09

Projet du COLLECTIF D'ART SOCIOLOGIQUE à la Biennale de VENISE, juin 76
(Hervé Fischer, Fred Forest, Jean-Paul Thénot)

B O M B A R D A N D O V E N E Z I A
(Dispositifs d'implosion culturelle)

Invité par Pierre Restany, Commissaire français de la prochaine Biennale de Venise, au Pavillon Français, le Collectif d'art sociologique a élaboré un projet dont la méthodologie rigoureuse sera présentée dans le pavillon lui-même, mais dont l'action se déroulera en plein air, dans la ville de Venise.
Il s'agit, grâce à un "canon à diapositives" et si possible à un projecteur de film extrêmement puissants, de projeter chaque soir sur les façades des monuments des images géantes superposant à l'architecture historique des informations culturelles, mettant en relation - et pour ainsi dire en court-circuit - la culture initiée des manifestations avant-gardistes au sein de la Biennale avec des scènes de la vie quotidienne des Vénitiens, le patrimoine culturel vénitien avec la culture internationale véhiculée par les mass media.
Cette animation culturelle, qui "matraquera" les vieilles façades vénitiennes d'images culturelles actuelles d'horizons "tous azimuts", aura pour effet de confronter des niveaux et des types de culture très hétérogènes, opérant des transferts d'information et des rapprochements dont l'impact doit être un évènement quotidien chaque soir pendant les 10 premiers jours de la Biennale. Ainsi, une petite annonce parue dans la presse du jour, des portraits, le champignon d'une explosion atomique, etc. projetés sur la façade de Saint-Marc, une photo sous-marine, une vue d'ordinateur, une courte séquence filmée de la vie populaire, une image d'art conceptuel, des évènements du jour, à Venise et dans le monde, envahissent de façon importune la vue traditionnelle des monuments.
Cette action sera organisée avec divers supports "logistiques" : la presse italienne, un lieu fixe servant de bureau d'information et diffusion sur les évènements culturels dans le monde, repris des telex et des mass media et diffusés par tracts (stencyls électroniques), et les appareils de projection sur un véhicule d'allure militaire (char de carnaval en carton peint, stationné sur la place Saint-Marc mais déplaçable pour varier les lieux d'intervention).
Bien que ce projet ne néglige pas les possibilités de mise en scène et utilise une sorte de technique de photo-montage (à la façon dadaïste mais en vraie grandeur et dans l'environnement urbain), il met en oeuvre une démarche artistique très différente des "oeuvres" qui seront exposées généralement dans les pavillons de la Biennale, il intervient en extérieur avec un public large et orchestre un série d'évènements culturels de transferts d'information, à partir des mass media, dans le milieu social lui-même.
Si nous obtenons les moyens financiers nécessaires, il ne fait pas de doute que le collectif d'art sociologique réalisera ainsi l'évènement le plus marquant de la Biennale de Venise.

1976 Bombardando Venezia
Article de presse : Fred Forest, « Biennale de Venise 76. Le bombardement n'aura pas lieu … », in *Le Quotidien de Paris*, 30 juillet 1976

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 09

VENDREDI 30 JUILLET 1976

le QUOTIDIEN de paris

Biennale de Venise 76

Le bombardement n'aura pas lieu...

par Fred Forest

● Invité à représenter officiellement la France à la 37e Biennale de Venise qui vient de s'ouvrir, *le Collectif d'art sociologique* (Hervé Fischer, Fred Forest, Jean-Paul Thénot) a présenté dans le pavillon français un projet dont l'action devait se dérouler à l'extérieur de la Biennale en plein air dans la ville. Mais ce projet n'ayant pas reçu le budget nécessaire à sa réalisation (1), *le Collectif d'art sociologique* a mis en évidence la carence des institutions françaises aussi bien publiques que privées en exposant dans le pavillon français une quarantaine de correspondances émanant entre autres de la présidence de la République, du musée Georges-Pompidou, du secrétariat à la Culture, du Centre national de l'audio-visuel, de l'Institut national de l'audio-visuel, de la Fondation de France, etc., et des trentes sociétés françaises ayant fait le plus de bénéfice cette année. Poursuivant ainsi son travail sur les structures sociales, le Collectif établit d'une façon publique le constat des barrages administratifs, bureaucratiques et idéologiques qui se manifestent devant toute tentative d'élargissement de la culture en dehors des lieux élitaires.

L'action du *Collectif d'art sociologique* à la Biennale s'est traduite par une dénonciation de cette situation, la rédaction d'une lettre ouverte à Rippa di Meana, président de la Biennale, la fermeture de sa salle de documentation, l'organisation devant le pavillon français de deux débats publics auxquels participaient les télévisions belge et italienne et de très nombreux artistes internationaux sur le thème : « Art, Société, Politique ». Pour protester contre la situation faite au Collectif d'art sociologique mis dans l'impossibilité de réaliser le projet pour lequel il avait été invité, des personnalités diverses ont signé une motion de solidarité parmi lesquelles on relève les noms d'Umberto Eco, Joseph Beuys, Hans Haacke, Pierre Gaidibert, Daniel Buren (Provisionnal), Art and Language, Olle Granath, Frank Popper, Giancarlo Politi, François Pluchart, Arman, Cock, Groupe Ecart, Stephan Bona, Barzel, J.-P. Raynaud, Alain Jacquet, etc.

COURT-CIRCUIT

Notre projet initial consistait grâce au canon à diapositives à projeter chaque soir sur les façades des monuments des images géantes superposant à l'architecture historique des informations mettant en relation – en court-circuit – la culture initiée des manifestations avant-gardistes au sein de la Biennale avec des scènes de la vie quotidienne des Vénitiens. Opposant la vitrine historique et touristique d'une Venise artificielle à une autre réalité de Venise celle de sa banlieue industrielle et populaire. Opposant la culture élitaire à celle diffusée par les mass media. Ce bombardement pacifique avait pour but, en « matraquant » les vieilles façades vénitiennes d'images, de mettre en relation des cultures qui sont habituellement cloisonnées : soigneusement séparées géographiquement et selon la logique politique. En opérant un tel transfert d'information c'était, pour nous, travailler strictement dans le sens de l'ouverture de la Biennale à une large audience hors les murs sacrés et clos de la Biennale.

MAO ET MARILYN

Utiliser les images de l'actualité, le visage de Mao Tsé-tourg, celui de Marilyn Monroe, une annonce immobilière, un bistrot ouvrier de la banlieue, une image d'art conceptuel photographiée dans la Biennale, des événements du jour c'était tendre un miroir à Venise.

Cet événement visuel à l'échelle urbaine était le départ d'une animation dialogique avec les habitants de cette cité à partir d'un bureau d'information, O.G. du Collectif d'art sociologique, installé dans un café de la ville, et d'une campagne d'affiches où des questions successives étaient posées, où des interviewes vidéo étaient réalisées.

Force est de constater que les discours de principe des pouvoirs ne sont que des alibis quand ils prétendent ouvrir l'art à un public plus large : le seul projet de la Biennale qui allait dans ce sens a été privé des moyens nécessaires à sa réalisation.

F. F.

(1) Ce sont le services culturels du ministère des Affaires étrangères qui ont la charge d'organiser cette exposition. Les artistes français sélectionnés ont dû, de surcroît, prendre à leur propre charge les frais de voyage et de séjour sur place !

Biennale de Venise : 18 juillet au 5 octobre.

Le commissionnaire ou le facteur télévisuel	1976
Document de présentation d'un programme télévisuel conçu par Fred Forest. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA28	

1976

PROJET : FRED FOREST Producteur

" Le commissionnaire ou le facteur télévisuel "

I - But recherché : Utiliser la télévision comme instrument de service et de participation .

II - Périodicité de l'émission : Hebdomadaire ou bi-mensuelle

Durée : 52 minutes

III - Principe et fonctionnement :

a) Après un appel lancé sur l'antenne les télespectateurs écrivent à Fred FOREST pour lui demander de réaliser à leur place et pour leur compte une " action " dont ils fournissent indications et mobiles - Cette action ils n'ont pas pu eux-mêmes la réaliser pour des raisons géographiques , économiques , physiques , psychologiques.

b) Une équipe légère se déplace pour réaliser le film de la " demande d'action " I2 minutes .

c) Fred FOREST et une équipe légère réalise le film de de l'action demandée 20 minutes

IV - Déroulement chronologique de l'émission

I - Présentation et appel	5 minutes
2 - Diffusion du film-demande	I2 minutes
3 - Diffusion du film-action-réalisée éventuellement du film-réponse	20 minutes
4 - Discussion téléphonique sur l'antenne des télespectateurs avec celui ou celle qui a commandé l'action	I5 minutes

V - Exemples concrets

a) Une maquette a été réalisée et diffusée sur Antenne 2 le samedi I2 Avril à I8H25 - Jeu proposé par Fred FOREST dans Un jour futur de Michel Lancelot - (action demandée par correspondance par Patrick Moya)

b) Autres exemples possibles :

Mr X de Carpentras demande à rendre visite à Mr X de Paris vieil ami qui tient un bistrot à l'angle de la rue Lepic

Madame X de Marseille désire revoir sa maison natale à Pontoise

Mr X de Quimper désire transmettre un message au Général Amin Dada dont il attend une réponse

Mme X de Paris désire revoir la mer qu'elle n'a pas revue depuis I2 ans

.../...

Mr X de Toulouse désire faire porter une orange à Madame X de Besançon

Mr Nicoud désire gifler son percepteur

etc . etc ...

VI - Finalité et intérêt :

Cette émission tout en jouant une fonction sociale importante peut être également un agréable divertissement en même temps qu'une occasion de participation et de dialogue

Le musée du territoire du mètre carré	1977
Documents présentant un projet de musée dédié au *mètre carré artistique* qui fut proposé à la commune d'Annemasse (France). Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA30 & INA14	

1977 Le musée du mètre carré artistique
Lettre tapuscrite de Fred Forest au maire d'Annemasse « Projet : création du Musée du mètre carré artistique Fred Forest à Annemasse », page 01/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 30

Fred FOREST
7 passage de la Main D'or
75011 PARIS

Paris le 12 Aout 1977

Projet : Création du Musée du mètre carré artistique Fred FOREST à Annemasse .

Monsieur le Maire ,

J'ai l'honneur de vous adresser la présente correspondance afin de soumettre à votre conseil municipal une proposition dont la réalisation constituerait un évènement culturel de première importance dont la ville d'Annemasse pourrait bénéficier d'une façon permanente . La création que je me propose de faire dans votre ville avec votre appui permettrait en effet avec le musée du " mètre carré artistique " de plein air de doter votre région d'un intérêt touristique supplémentaire . L'existence de ce musée en votre ville la hisserait immédiatement au premier rang de l'actualité internationale de l'art contemporain . Sur un plan strictement régional l'agencement de cette institution , sa réalisation matérielle , le développement de ses activités et les différentes manifestations qui s'y dérouleraient contribueraient à la vie culturelle mais constitueraient également un intérêt touristique non négligeable .

Les différents souscripteurs de "mètre carré artistique" appartenant à une classe aisée de collectionneurs de diverses nationalités , la visite organisée des lieux laisse espérer le passage d'un certain nombre d'étrangers. Enfin la presse ne manquera pas en cette occasion , comme elle le fait toujours pour mes actions , de donner un large retentissement à cette initiative , et de diriger ainsi sur Annemasse les feux de l'actualité .

J'ai choisi Annemasse malgré plusieurs propositions dans d'autres régions , notamment dans la région parisienne , pour des raisons appartenant à trois ordres différents pour lesquelles je vous donne la priorité :

1° - L'action du M2 artistique a été lancé à partir de votre région et sa continuité dans le temps exige naturellement sa poursuite dans la même aire géographique .

2° - La présence de nombreux amis dans la région et leur concours facilitera pour moi les modalités pratiques de gestion . D'autre part la présence sur place de Maître Jean Luc FAVRE notaire suppléant , sa parfaite connaissance de l'art contemporain , et de mon projet personnel , aideront considérablement à résoudre les aspects techniques et juridiques de l'opération .

.../...

3° - Enfin , la proximité de Genève , ville européenne d'institutions internationales avec les échanges que cette situation privilégiée recouvre , constitue un facteur déterminant dans les objectifs visés par mon musée .

Au terme d'un accord dont les modalités restent à définir d'une façon précise entre la ville d'Annemasse et Fred FOREST ce dernier choisirait cette ville pour la création de son musée de plein air du mètre carré artistique .

En échange la ville d'Annemasse lui céderait pour une somme symbolique une surface de 1000 m2 - (En fait un peu plus pour permettre la circulation piétonnière sur son pourtour) . Ce terrain n'a pas besoin d'être viabilisé . Il devra être constitué d'une surface plane . L'aménagement à la charge de la municipalité se limitera à l'installation d'une clôture de grillage de 2 mètres 50 de hauteur sur son périmètre , avec une porte , permettant l'accès intérieur , un panneau signalisant le musée .
Enfin l'aménagement au sol du bornage permettant la délimitation des m2 artistiques .

Un programme auquel sera associé le syndicat d'initiative de la ville établira le fonctionnement du musée d'année en année et contribuera à sa promotion .

Avec cet avant projet que je soumets à votre décision je joins un dossier sur mes activités internationales d'artiste afin de situer ma démarche et la place qu'elle occupe .

Bien entendu , si vous le jugez opportun je suis disposé à me déplacer afin de vous donner de vive voix les éléments complémentaires d'information et étudier avec vous l'emplacement du musée dans l'éventualité d'une suite positive .

Je suis persuadé que vous serez en mesure de saisir pour Annemasse l'intérêt de ma proposition .

Je vous demanderai de bien vouloir statuer avec diligence sur cette offre car cette action du m2 artistique doit être relancée courant septembre , et je suis déjà pressé de toutes parts pour l'installer le plus rapidement .

Dans l'attente de votre réponse , et de votre décision , je vous prie de croire, Cher Monsieur , en l'expression de mes sentiments les meilleurs .

Fred FOREST

1977 Le musée du mètre carré artistique
Document tapuscrit « Le musée du m2 artistique ou un modèle de simulation de l'aménagement du territoire par Fred Forest », page 01/03

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 30

LE MUSEE DU M2 ARTISTIQUE

ou un modèle de simulation de l'aménagement du territoire
par Fred FOREST

Pourquoi le musée du mètre carré artistique de plein air ? Pourquoi encore un musée ? Comme si nous n'avions pas déjà assez de musées déserts et d'institutions moribondes ? Pourquoi nous faire le jeu de noms sacralisés et empruntér encore les vieux titres poussiereux qui servent de caution douteuse ? Certes il y a dans ce choix , d'une façon explicite , le recourt délibéré à une intention parodique , et la parodie par la distance qu'elle introduit ouvre la porte à tous les questionnements , à toutes les critiques , à tous les possibles . Alors , allons-y pour le musée ! Mais le choix de fonder cette action sur un vocable qui paraitra d'emblée suspect repose à vrai dire sur une nécessité pragmatique . Il s'agit d'une question de codes - D'une question de massage et de message . Si le massage est trop brutal le message risque de coincer . Il s'agit de s'adresser à nos contemporains en douceur et de faire en sorte que le nouveau parvienne à se glisser en eux sous le manteau de l'ancien . Se couler subrepticement dans les codes connus et reconnus en arborant des traits familiers et rassurants culturellement . Alors , ce sera le musée ! Mais je suis bien d'accord avec vous ce pourrait aussi bien être : le " bric à brac " , le " garage " , le " palais " , l'"ascenceur " , le " super-marché " , oû encore le " syndicat " du mètre carré artistique !

En quoi consiste cette idée de musée du mètre carré artistique ? Il s'agit tout d'abord d'un espace que je suis appelé à gérer , en ma double qualité d'artiste et de gérant de société civile immobilière . Une surface plane , de mille mètres carrés , lisse comme le dos de la main . Sur cette surface chaque mètre carré est visualisé par un système de bornage matérialisant les séparations . Les frontières , de mètre carré à mètre carré , sont parfaitement visibles et délimitées . Une allée piétonnière proprement cimentée permet une libre circulation sur son pourtour . Une clôture grillagée haute de trois mètres circonscrit la surface totale du musée . L'accès s'effectue par une entrée unique Un portail à double battants muni d'un dispositif de sécurité . Un panneau de signalisation surmonte l'entrée sous forme d'une enseigne peinte et (si possible lumineuse avec de beaux néons rouges) désignant les lieux par ces mots simples et compréhensibles de tous : " Musée utopique du m2 artistique " .

La question du financement ne soulève , aucun problème . Il est fait appel à un mècène particulièrement averti qui met à notre disposition les sommes nécessaires à l'infrastructure de base . En échange de ses libéralités le nom du mécène reste attaché à l'existence du musée et figure sur tous les documents officiels pour une durée minimum de 99 ans .
En ce qui concerne le budget de fonctionnement , là encore , il n'y a véritablement aucun problème . Les mètres carrés artistiques sont vendus par appel d'offres international à des collectionneurs - spéculateurs dotés d'un certain sens de l'humour et des moyens nécessaires pour assurer l'auto-financement indispensable .

.../...

C'est d'ailleurs à partir de ce stade de réalisation et de la mise en place du dispositif que commence la véritable aventure du musée du mètre carré artistique qui s'engage vers son destin original . Le musée du M2 artistique est , en effet , un musée vivant et évolutif dont les développements sont imprévisibles . Le cadre de base étant réalisé selon le schéma décrit plus haut le musée devient le point de départ de créations " artistico-immobilières " et d'aménagements divers . En me qualité de gérant de la société je lance des programmes d'aménagements à la collectivité des " coopropriétaires collectionneurs " sur propositions faites individuellement . Il s'agit sous forme de maquettes de l'édification de maisons individuelles , de grands ensembles , d'espaces verts , de gares , de complexes sidérurgiques , stations touristiques , etc ...
En qualité d'artiste je fais intervenir des éléments aléatoires : découverte d'uranium , cyclones , sécheresses , inondations , expropriations , qui affectent , telle ou telle zone géographique du territoire muséal . La règle du jeu n'est pas sans rapport avec le modèle du monopoly .
Le détenteur de chaque " mètre carré artistique " peut librement souscrire , ou non , aux différents programmes qui lui sont successivement proposés , et donner ainsi une plus-value à son terrain . Chacun des programmes souscrit donne droit à l'installation des équipements had-hoc sur son mètre carré en même temps qu'à la remise d'une "oeuvre " autonome élaborée en relation spécifique au programme choisi , ce qui en permet d'ailleurs le financement .

Pour résumer le système mis en oeuvre : nous remarquerons d'une part que le " collectionneur-spéculateur " acquiert , au coup par coup mais dans une continuité cohérente , une série d'oeuvres reliées les unes aux autres par un fil conducteur (l'aménagement du territoire et la ligne de l'artiste) , d'autre part ses options successives se voient matérialisées , au fur et à mesure , sur son " mètre carré artistique " et participent ainsi à l'évolution d'ensemble de l'environnement muséal . Cette évolution joue sur la physionomie même du musée et ce qui était option personnelle , passe du particulier au général pour interférer sur le système global avec lequel elle se trouve en connexion et dont elle devient un des éléments constitutifs .

L'orientation d'ensemble de l'action fait parti intégrante bien entendu de mon libre arbitre d'artiste qui me permet de coordonner et de diriger la totalité du développement de l'espace territoiral muséal . Cette orientation s'exerce dans une marge de création qui doit trouver sa voie entre des contraintes de différents ordres : géographiques , physiques , juridiques et financières dans un contexte et des règles données . Cette activité " offerte " au regard comme activité , " artistique " donne lieu d'ailleurs , à des actions suivies . Egalement , à la publication de rapports réguliers à usage interne et externe , à l'élaboration de documents photographiques , le tout étant destiné à rendre compte du devenir du musée au jour le jour . De cette façon là , s'exprime , et se développe " l'historicité " réelle et imaginaire du musée au carrefour duquel mon rôle s'incarne comme celui du créateur-narrateur qui " raconte " la modification topographique de l'espace mais intervient aussi sur lui par unemise en relation permanente entre fiction et réalité avec traitement des informations .

.../...

L'objectif poursuivi à travers ce projet est clair . Il consiste après une observation du fonctionnement des règles de la vie sociale , à imaginer , et à réaliser une sorte de jeu ouvert prenant simultanément double appui sur la réalité et la fiction pour en proposer de nouvelles formulations . Dans ce jeu j'apparais d'abord comme le concepteur, ensuite comme l'animateur .
Le " musée utopique du m2 artistique " est d'une part un système clos , un champ ludique géographiquement circonscrit , un dispositif relationnel d'échange d'informations , entre diverses personnes dont le mécanisme sous le couvert de l'art aura pour résultat la production de situations , de documents , d'objets et la gestion d'un espace appelé à se modifier . D'autre part , du fait de son insertion concrète dans l'espace social réel , (physiquement et au niveau de l'information) le musée constitue une sorte de modèle opérationnel dont la signification prend sens par rapport au contexte et peut être valeur d'exemple . Ce qui est proposé ici , de quelque manière à l'amateur , ce n'est plus la contemplation esthétique passive d'un objet mais son engagement à un dispositif de création en devenir , ou chacune de ses décisions personnelles se module avec les décisions des autres , et porte - ainsi - incidence sur le tout . Le détenteur du m2 artistique peut aller au-devant de mes initiatives en avançant ses suggestions pour l'aménagement de son propre espace , et obtenir ainsi , de la société civile immobilière , des prestations personnalisées ...

Pour réaliser sa fonction le " musée utopique d u m2 artistique " reçoit des données et les transforme.

a) le musée fournit la structure , le cadre , le matériel, mon énergie.

b) les souscripteurs , fournissent des informations et des moyens financier .

Le développement du musée est calqué sur le développement d'une société humaine , comme un être vivant , un mécanisme finalisé , sur un modèle cybernétique ;

Tout en restant strictement conforme à son concept de base la réalisation du musée pourrait toutefois s'imaginer sous d'autres formes techniques . Seules des raisons financières nous interdisent de rêver à des écrans de visualisation représentant au sol chacun des mètres carré artistiques . Un ordinateur de gestion permettant de stoker toutes les informations et de les restituer sur chaque écran au moment venu à partir d'une console de commande .

Le musée du M2 artistique est un projet ambitieux mais réaliste . Par son dispositif fonctionnel il tente de renouveler la conception , la nature et la notion même d'oeuvre d'art en en proposant une forme nouvelle . Il vise à instaurer un système d'échanges où la participation du collectionneur revêt une forme active .

Fred FOREST

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 30

PROJET DU MUSEE DU M2 ARTISTIQUE : FRED FOREST

(démarrage du programme 1978)

I - **Fondements** : En sa double qualité d'artiste et de gérant de société civile immobilière du M2 artistique Fred FOREST créé le musée de plein air du m2 artistique et assure sa gestion et son développement .

II - **Implantation** : Le musée s'établit en plein air sur une surface de 1000 M2 de terrain . Chaque mètre carré est visualisé au sol par un système de bornage . Une allée piétonnière cimentée permet la circulation sur son pourtour . Une cloture grillagée d'une hauteur de 3 mètres en délimite le périmètre. L'accès s'effectue par une entrée unique fermant à clefs . Un panneau de signalisation sous forme d'une enseigne peinte (et si possible lumineuse) désigne le lieu : " Espace utopique du m2 artistique " .

III - **Réalisation** : La réalisation matérielle du musée fait appel à deux sources de financement .

1° - **Pour sa création** : Il est fait appel à un mècène ,à une collectivité , ou à un investisseur , qui mettent à la disposition de Fred FOREST les sommes nécessaires à l'infrastructure de base (décrite sous la rubrique implantation) - En échange le nom du mécène reste attaché à l'existence du musée et figure sur tous les documents du musée d'une façon exclusive pour une durée de 99 ans .

2° - **Pour son fonctionnement** : Le système établi par Fred FOREST sous forme de société civile immobilière en constitue la structure juridique . Ce dernier en qualité de gérant cède à des collectionneurs et des amateurs des mètres carrés artistiques dont ils deviennent propriétaires . Ce système de cession s'effectue selon les modalités suivantes :

- Toute acquisition donne au souscripteur , de plein droit , la propriété du terrain sous forme de part sociale et par conséquent le titre correspondant établi légalement . Dans la même opération le souscripteur reçoit également , de plein droit de Fred FOREST en qualité d'artiste , une oeuvre descriptive , signée Fred FOREST matérialisant la surface désignée . Cette oeuvre indépendante du terrain est détenue par le souscripteur à son domicile ou tout lieu de son choix . Cette oeuvre constitue une représentation du terrain (m2 artistique) de type analogique avec mention des informations utiles . En corol -

.../...

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 30

laire chaque mètre carré artistique sur le terrain , dans l'espace utopique , porte la désignation de son propriétaire sous forme d'une indication nominative .

IV - Développement du musée .

Le musée du m2 artistique est un musée vivant et évolutif. Le cadre et la structure de base ayant été mis en place selon le processus décrit dans les paragraphes précédents , le musée devient alors le point de départ d'une succession de créations et d'aménagements qui font évoluer sa structure En effet , sur propositions faites individuellement à l'ensemble des copropriétaires-collectionneurs en vue de l'aménagement de leur propre mètre carré artistique , Fred FOREST offre de nouveaux programmes artistico-immobilière Il peut s'agir , en l'occurence , de constructions diverses se concrétisant sur le terrain par la réalisation de maquettes en dur : maisons individuelles , habitations collectives gares , banques , complexe sidérurgique , puits de pétrole , stations de sports d'hiver etc ... Sur le modèle du jeu du monopoly . Selon le système de souscription établi lors de l'acquisition initiale du mètre carré artistique chaque souscription nouvelle donne lieu , à l'aménagement sur le terrain , et à l'attribution d'une " oeuvre " signée correspondante remise à l'acquéreur . Le détenteur de chaque " mètre carré artistique " peut donc souscrire , ou non , aux différents programmes d'aménagments qui lui sont successivement présentés . Chacun des programmes souscrit lui donne droit automatiquement , à l'installation sur place des équipements d'une " oeuvre " signée Fred FOREST spécifique et représentative du programme choisi .

Pour nous résumer :
D'une part le collectionneur , au coup par coup , mais dans une continuité cohérente , acquiert une série d'oeuvres dont il a la libre disposition , d'autre part dans l'espace du musée , sur son mètre carré artistique , se matérialise ses options successives qui prennent signification par rapport au développement d'ensemble du territoire muséal . Cette orientation d'ensemble fait parti de la création même de Fred FOREST qui coordonne et dirige la totalité de l'opération . Cette activité donne lieu d'ailleurs à la publication de rapports réguliers , de textes et de documents photographiques dont les souscripteurs ont toujours une priorité absolue sur l'acquisition des tirages .

V - Dispositions particulières

Le nombre de m2 artistiques détenus par un seul et même collectionneur est limité à 30 , sauf pour l'investisseur initial permettant le démarrage du musée dont le nombre est limité à IOO .

- Le cession des parts (m2 artistiques) à de tierces personnes , faisant oû non parti des souscripteurs du musée

.../...

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 30

est autorisée mais elle entraîne automatiquement la remise à nue du terrain considéré pour le cas où elle ne s'accompagnerait pas de la cession des " oeuvres " correspondantes à la même personne .

- La cession des " oeuvres " à des tierces personnes est pleinement autorisé , en partie ou totalité , toutefois le gérant de la société devra en être avisé afin de procéder sur le terrain à la suppression des aménagement aliénés

VI - Finalité de l'opération

L'objectif artistique poursuivi à travers ce projet est clair . Il consiste après une observation du fonctionnement des mécanismes des règles de notre vie sociale , à imaginer , et à réaliser une activité ludique prenant double appui sur la réalité et la fiction pour proposer de nouveaux modèles . Fred FOREST apparait d'abord comme le concepteur du jeu ,ensuite comme son animateur dans une relation d'échange et de participation avec le collectionneur génératrice d'oeuvres successives . Fred FOREST , " créateur - narrateur " exprime au jour le jour " l'historicité " d'un espace topographique en continue transformation . Le cas échéant il s'entoure de spécialistes : urbanistes, sociologues ,économistes etc ... Le développement du musée est calqué sur le développement d'une société humaine , comme un être vivant , un mécanisme finalisé sur un modèle cybernétique où les interventions aléatoires de l'artiste bouleversent l'ordre rationnel des prévisions . (découverte d'uranium ou cyclone , ici ou là)

VII - Conclusions

L'espace utopique du m2 artistique est un projet ambitieux mais réaliste . Par son dispositif fonctionnel il renouvelle la conception , la nature , et la notion même " d'oeuvre d'art " , en en proposant une forme nouvelle . Cette conception instaure un système d'échanges où la participation du collectionneur revêt une forme active indispensable au devenir de " l'oeuvre " .

Le prix unitaire du M 2 artistique est fixé à 600 dollars au I juin I978 . (Il est susceptible d'être aménagé en fonction des variations de l'indice à la construction) Ce prix se subdivise en deux parties l'une représentant le montant du terrain , l'autre l'oeuvre signée cédée .

Renseignements et souscriptions : Fred FOREST 7 passage de la Main d'or 750II PARIS

Projet Julia Margaret Cameron (radio)	1978
Lettres adressées à un directeur de programme d'une station de radio : proposition d'un projet autour de « Julia Margaret Cameron ». Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA28	

1978 Projet Julia Margaret Cameron
Lettre de Fred Forest adressée à un directeur de radio, en date du 10 mars 1978, page 01/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA28

Projet Julia Margaret Cameron.

Monsieur Fred FOREST
7 passage de la Main d'Or
75011 PARIS

Paris le 10 Mars 1978

Mon Cher Jean-Michel ,

Après une série d'entretiens téléphoniques avec hélène PHILIPPE qui t'en transmet chaque fois fidèlement le contenu je t'adresse cette nouvelle correspondance au sujet de cette action que je te propose de réaliser sur ton antenne . Ce serait l'occasion de concrétiser un projet que nous avons évoqué à plusieurs reprises ,de rendre compte de la sortie de mon livre dans la collection 10/18 et de parler de mes nombreuses expériences ces dernières années (Biennale de Saô-Paulo , Biennale de Venise , M2 artistique etc ...)

Au sujet de l'action que je te propose je viens d'en effectuer en quelque sorte la répétition générale sur les antennes de la radio autrichienne (O3) au début de ce mois de Mars . Je suis convaincu , avec le support d'Europe N° 1 de son impact dans le cadre de ton émission et persuadé de son succès . Voilà en quoi consisterait l'action elle-même :

1° - Quelques jours avant l'émission nous faisons paraître dans plusieurs journaux nationaux français dans la rubrique des petites annonces un avis de recherche d'une personne : Julia Margaret Cameron
(Julia Margaret Cameron est une femme photographe du 19 em siècle très célébre disparue aujourd'hui dont le nom n'est pas connu du grand public .
Cette annonce pourrait être rédigée de la façon suivante:
" serai reconnaissant à toute personne pouvant fournir d'urgence des renseignements réels ou imaginaires sur la jeune femme , la tête recouverte d'un châle vert , répondant au nom de Julia Margaret Cameron , entrevue le soir de Noël , place de la concorde , un appareil photo à la main . Téléphonez entre 20 Het 21H30 à BAL 90.00 le (jour de l'émission) ... 78

2° - La recherche de Julia Margaret Cameron avec ses différentes relances et la participation du public par téléphone sera le fil conducteur de l'émission sur lequel viendra se plaquer , et se superposer , la partie informative de l'interview sur mes activités artistiques en général . D'ailleurs , dès le début de l'émission , l'interview est coupé par une série d'appels successifs : " Fred FOREST serait reconnaissant à toute personne pouvant fournir des renseignements sur la jeune femme , la tête recouverte d'un châle vert , répondant au nom de Julia Margaret Cameron , entrevue le soir de Noël , place de la Concorde un appareil photo à la main . Prière nous téléphoner au cours de cette émission à BAL. 90.00

.../...

Au fur et à mesure du déroulement de l'émission il deviendra clair dans l'esprit de l'auditeur qu'il s'agit là d'une " action artistique " faisant appel , dans cette situation de fiction créé , à la participation et à l'imaginaire de chacun . Quand cette situation sera implicitement reconnue j'interviendrai alors pour justifier l'action en expliquant que finalement chacun d'entre nous peut partager certains traits avec Julia Margaret Cameron . C'est le problème fondamental de l'identité qui est posé , de l'image que nous avons de nous-même et de la perception que les autres en ont .

Chacun peut avoir quelque chose en commun avec Julia Margaret Cameron : " Adressez-nous votre photo d'identité et à travers toutes les physionomies je tenterai de retrouver ses traits Ecrivez nous aussi , en quoi vous pourriez être , vous-même , Julia Margaret Cameron ? "

Voilà donc le schéma de base que je te propose . Il serait intéressant , également , que j'effectue dans la rue quelques interviews de personnes où je poserai la question :" Pouvez-vous S.V.P me donner l'adresse , ou quelques renseignements sur Julia Margaret Cameron qui habiterait ce quartier et que je recherche en vain depuis plusieurs années?"

Ayant commencé cette quête , cette recherche de ce personnage , " réel-imaginaire " j'ai l'intention de la poursuivre tout au long de l'année dans plusieurs pays et je suis convaincu , en bout de course , de l'intérêt , de son résultat global comme introduction de l'imaginaire dans le tissu social par l'intermédiaire des mass-média .

Mon Cher Michel fait moi confiance . Avec ton aide si tu y crois , cette intervention de l'artiste d'un genre nouveau sur les moyens de communication de masse sera aussi significative que notre expérience de " blanc " sur les écrans de télévision . J'en suis profondément convaincu . Si cette occasion m'est donnée elle me permettra de gagner plusieurs années .

Très amicalement à toi .

Fred FOREST

1978 Projet Julia Margaret Cameron
Lettre de Fred Forest adressée à un directeur de radio, en date du 21 mars 1978, page 01/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA28

FRED FOREST
7 passage de la Main D'or
75011 PARIS

Paris le 21 Mars 1978

(après conversation avec hélène Philippe le 20 Mars)

Mon Cher Jean-Michel ,

Bien , je reviens à la charge avec un nouveau projet . Cependant je n'ai pas renoncé à te convaincre sur le premier que je t'avais proposé : Julia Margaret Cameron : Il faut que je puisse t"en parler de vive voix . C'est beaucoup plus simple. Il est peut-être très radiophonique , je t"assure , s'il est adapté pour ça !

Selon tes voeux j'ai conçu néanmoins le projet suivant dans une optique plus radiophonique en lui donnant un caractère d'expérience inédite . Il est plus simple et plus " mécaniste " par rapport au champ de la communication explorée .

Emission de Fred FOREST

L'expérience se réalise ponctuellement dans le corps de l'interview à titre d'illustration pratique des expériences de Fred FOREST et appel à la participation des auditeurs :

a) Chacun des auditeurs est donc informé sur le fait qu'il s'agit d'une expérience qui recquiert sa participation . Il est invité à téléphoner à trois personnes de sa connaissance en les priant de se porter immédiatement à l'écoute d'Europe N° 1 oû"il se passe quelque chose de curieux et d'étonnant" selon le système de la chaîne chaque personne alertée est invitée elle-même à appeler trois correspondants , et ainsi de suite ... (procédé boule de neige)

b) Cinq minutes après que l'appel ait été lancé sur l'antenne pour donner le temps aux appels téléphoniques de se propager en étoile dans l'espace média , une bande sonore très spéciale est diffusée d'une façon continue sur les ondes . Elle est interrompue toute les trente secondes par une voix qui annonce d'une façon neutre : " la suite de nos programmes dans quelques instants " . Cette bande est à diffuser sur une durée qui reste à déterminer mais qui ne doit pas être inférieure à quinze minute .

.../...

Le contenu de cette bande sonore est à mettre au point ensemble . Il s'agirait d'un montage avec des éléments divers mais qui laisserait croire aux auditeurs arrivant sur l'écoute que le " micro est resté ouvert en direct " On entend des bruits de studio , des chaises qu'on déplace , un bris de glace , des discussions , des rires , une cantatrice qui repete dans le froid , des chants d'oiseaux , une équipe qui fait le ménage etc ... Le micro est resté ouvert !
Qu'est-ce qui arrive à Europe N° 1 ?

Le contenu de cette bande sonore est déterminant c'est sur lui que repose la réussite et l'intérêt de l'expérienc je t'en parlerai avec plus de détail si ce projet là , te convient .

c) Enfin les auditeurs sont invités à téléphoner , à écrire pour fournir leur interprétation et exprimer comment ils ont vécu l'expérience . Certains des témoignages sont balancés en direct sur l'antenne .

But et analyse du projet .

A quoi répond ce projet : Il s'agit d'une expérience sur la communication radiophonique elle-même . (Un peu dans l'esprit de ce que nous avions fait ensemble à la télévision) -

Ce " trou " programmé constitue une " disponibilité d'antenne " rupture par rapport aux habitudes et conventions d'écoute . Ce qui est donné à écouter provoque une multiplicité d'interprétations et favorise la liberation de l'imaginaire .
L'expérience joue sur l'ambiguité établie qui fait osciller l'auditeur entre une fiction et un incident véritable du direct .

Il ne s'agit pas de recommencer l'émission qu'Orson WELLS avait déjà réalisé en 1938 à la radio semant la panique sur le territoire des Etats-Unis .

La finalité est différente : Essayer de créer un "évènement de communication en mettant en place un dispositif d'intéréaction entre la radio et le réseau téléphonique pour faire émerger l'imaginaire .

Voilà : si ce sujet te plaît " acheté-le " sans te poser plus de questions . Si non , j'en ai dix autres dans mon sac à te proposer ...

Il faut absolument que je te rencontre . Cela ne peut pas se négocier par lettre

Très cordialement à toi .

Fred FOREST

La fosse aux lions	1978
Document présentant le projet d'une vaste installation audiovisuelle et participative, proposé à l'Institut National de l'Audiovisuel (Paris). Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA30 & INA22	

1978 La fosse aux lions
Document tapuscrit « Projet Fred Forest. Communication, participation, interaction, interrelation. La fosse aux lions », première de couverture page 01/10
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22

- P R O J E T F R E D F O R E S T -

- Communication , participation , interaction , interrelation -

" LA FOSSE AUX LIONS "

I - PREAMBULE

A la suite du travail expérimental que je poursuis depuis une dizaine d'années sur les problèmes de communication et après avoir effectué de nombreuses expériences utilisant tour à tour, ou simultanément, la vidéo , la macro-télévision , la radio , la presse écrite , j'envisage avec le projet ci-joint la création d'un environnement multi-média à partir duquel la participation du public serait sollicitée. Cet environnement est constitué essentiellement par la matière même de l'information, telle qu'elle émerge au jour le jour , dans les mass-média .
Sa visualisation se matérialise à l'aide de différents moyens électroniques dans le complexe mis en place qui est lui-même conçu comme un système de communication ouvert et interactif à l'intérieur du centre , mettant en liaison sonore et visuelle différents points de l'espace. Ce système dispose également, organiquement , de liaisons qui mettent le centre en relation directe avec le monde extérieur.
Ce dispositif fonctionne en animation permanente à l'aide de ma présence et le concours de journalistes délégués par des organismes de presse.
Ce projet se réalise avec l'assistance technique de conseillers permanents comme :

- René BERGER
- Marshall MAC LUHAN
- Edgar MORIN
- Jean DUVIGNAUD

qui pourront intervenir personnellement au cours de son déroulement.
Bien que je n'ai pu encore le joindre au moment où je dépose ce projet, j'ai également l'intention de solliciter l'appui logistique de Pierre EMMANUEL en sa qualité de président de l'I.N.A. (Institut National de l'Audiovisuel) - Pierre EMMANUEL suit en effet mon travail et l'encourage depuis plusieurs années.

L'environnement et l'animation sont mis en place pour une durée de 4 à 6 semaines.

II - MATERIALISATION DU PROJET ET OCCUPATION DE L'ESPACE

Le projet nécessite l'occupation de la fosse centrale au milieu du forum. Il met en oeuvre 20 téléprojecteurs et un eidophore. Des surfaces réfléchissantes recouvrent le sol et les parois latérales de la fosse. Deux plateaux nacelles sont suspendus au-dessus de la fosse en élévation. L'un servant de plate-forme d'animation et de studio-vidéo, l'autre supportant la régie du complexe.

Une installation de régie complète doit permettre, à partir, d'une console unique, de télécommander la programmation vidéo.

1 - de 20 téléprojecteurs

2 - de l'eidophore

3 - des prises de vues en direct de la plate-forme d'animation et de la régie vidéo elle-même.

4 - des mises en liaison avec les images extérieures (télévision) et un car vidéo mobile.

5 - les équipements sons

6 - les équipements lumineux et électriques divers.

- Un vélum est appelé à être disposé au-dessus de la fosse pour obtenir les conditions d'obscurité minimum nécessaires aux projections.

III - INTENTIONS

Notre projet de caractère délibérément pluridisciplinaire aura pour but d'opérer une sensibilisation du public au monde contemporain en prenant " l'information " et l'actualité elle-même , comme sujet et objet de notre intervention-action. Celle-ci se matérialisera sous forme d'un environnement multi-média occupant la fosse centrale du forum. L'homme moderne est soumis à un bombardement incessant de messages qui constituent autour de lui une sorte de nouvel environnement. Les moyens de communication de masse et les technologies récentes font éclater les cultures traditionnelles et préparent l'avènement d'une culture différente.

Nous nous proposons de reconstituer, en quelque sorte, ce milieu, cette enveloppe, ce bain par une mise en scène de l'information à l'aide de différents systèmes de visualisation électriques et électroniques ainsi que par la mise en place simultanée de différents dispositifs de communication et de participation.

A travers ce projet nous voulons faire de l'art un lieu d'observation privilégié où l'art ne releverait plus seulement du domaine des satisfactions imaginaires mais où il contribuerait, aussi, à une certaine conscientisation à notre milieu en nous informant des activités fondamentales de l'homme dans une perspective sociologique.

Avec la révolution des média, avec l'image télévisée, c'est notre équipement sensoriel, notre mentalité qui est en train de changer. Un milieu totalement nouveau a été créé. Le monde de l'électronique c'est un monde de l'immédiateté.

L'information que nous voulons donner à voir (et à vivre) dans

... / ...

cet environnement proposé relie directement le lieu culturel à la réalité. Les images et les sons ainsi appropriés sont brassés dans un dispositif accélarateur et amplificateur des processus existants dans les modèles sociaux. Le matériel iconographique de l''environnement-messages'' que nous proposons de créer, sera emprunté à l'abondante imagerie quotidienne générée par les mass-média. Cet environnement se virtualisera dans l'immédiateté de l'information répercutée dans notre dispositif. Il traduira d'une part la diffusion englobante de masse, d'autre part la situation de l'individu bombardé par des fragments de connaissances quasi-aléatoires sans lien apparent entre eux. L'homme électronique vit dans une enveloppe d'informations simultanées, c'est-à-dire un ensemble de résonnances dans lequel toutes les données s'influencent réciproquement. Cette information généralisée par les mass-média fait de la planète entière un théatre global où tout le monde est spectateur de tout le monde. Notre environnement va reproduire ce théatre et le représenter, en fonctionnement, dans son échelle réduite. Pour cela l'expérience que nous voulons mener doit reproduire les conditions de simultanéité engendrées par l'environnement électronique qui nous poussent plus à un engagement multi-sensoriel en abolissant les liens rationnels. Les conditions mêmes de cette information instantanée que nous voulons mettre en oeuvre, nous entrainent à lui concevoir, comme support dans la durée, une sorte de structuration " musicale ". Structuration musicale dont la ligne mélodique serait le déroulement de l'animation permanente, tant du point de vue des évènements visuels et sonores, que de la participation du public présent.

IV - CONCEPTION DE L'ENVIRONNEMENT

Cette fosse à l'information est conçue comme une sorte de fosse aux lions dans laquelle chacun pourrait être dévoré si jamais il avait l'infortune d'être précipité...
Ce trou, ce cirque, cette arène des temps modernes se découvre et se contemple du haut, en vision plongeante à partir des rambardes du forum qui nous protègent de la chute. L'environnement audio-visuel couvre le sol de la fosse dans sa totalité. Il est constitué par une vingtaine d'images vidéo diffusées sur écran par les téléprojecteurs. Des miroirs au sol, et latéraux permettent de créer un effet de profondeur et multiplient les images de base à l'infini.
Au milieu de l'environnement général formé par ce tissu d'images, apparaissant et disparaissant d'une façon aléatoire dans un mouvement kaléidoscopique (culture mosaïque) se dresse un point architectural et visuel fort : il;s'agit d'un très grand écran destiné à recevoir les images vidéo diffusées par un eidophore.
Un podium latéral, surélevé, (suspendu dans l'espace) fait office de plateau de télévision. Il se situe au-dessus de la fosse. Il est relié au niveau du forum par une passerelle. C'est sur cette plate-forme que se déroule la participation du public.
Elle se limite à des groupes de deux à trois personnes qui se succèdent. Ces personnes sont en quelque sorte invitées, gladiateurs d'un type nouveau, à " affronter " les images de l'actualité...
A partir d'une régie centrale, elle-même située en surélévation au-dessus de la fosse, dans un angle opposé au plateau d'animation je me trouve installé devant une table de commande.

... / ...

De ce poste j'agis sur les différentes fonctions (images vidéo, sons, flashs électroniques etc ...) qui rythment le déroulement de l'animation. Ce poste est également couvert par une caméra qui me permet de répercuter ma présence sur le grand écran frontal.

Je dispose, à proximité, d'un télex relié aux agences de presse, d'un bélinogramme, d'un banc - titre donnant accès immédiat à tous les documents pour diffusion instantanée sur le grand écran central.

V - FONCTIONNEMENT DE L'ANIMATION

A) Régie : Je suis installé au poste de commande de la régie centrale. J'ai revêtu une combinaison spéciale de plastique vivement colorée. Je suis relié directement aux différentes agences de presse par télex et bélinogramme. Je suis également relié à toutes les sources d'informations visuelles et sonores extérieures possibles : radios, télévisions. Je dispose de trois lignes de téléphone autorisant des appels en direct ainsi que d'un mini-standard d'attente. Une de console de mixage est à ma disposition . Puisant dans tous ces matériaux, j'injecte dans le rythme de l'animation sons et images sur le grand écran frontal. Ce faisant je joue avec toutes les possibilités techniques de trucage. J'effectue à haute voix la lecture systématique des nouvelles qui tombent sur le télex. Je suis le " disc-jockey " de l'information et son relai pour l'introduire dans la cage aux fauves. Je rentre en contact avec le plateau d'animation. Je dialogue avec le public. Je cède la parole à l'animateur-journaliste qui sollicite les commentaires du public. De façon intermittente, de manière à rythmer le déroulement de l'animation : je lance de temps à autres les fauves dans l'arène. Rupture signifiant, soi que l'intervention du plateau d'animation doit céder la place à une autre personne, soi qu'un document prend le relai de la programmation sur le grand écran central.

L'entrée des fauves dans l'arène s'opère chaque fois selon le même rituel visuel et sonore :

- modification brutale de l'intensité lumineuse de la fosse et mise en batterie de flashs électroniques.
- apparition simultanée sur tous les écrans d'un fauve furieux en gros plans.
- Rugissements électroniques aux accents féroces.

.../...

B) Le Plateau d'Animation

1 - Le public " descend dans la fosse ". Une personne courageuse et volontaire rejoint le plateau d'animation où l'accueille un journaliste-animateur . Dans le meilleur des cas un calendrier a été établi faisant appel aux journaux français et étrangers pour assurer ce rôle. Tous les jours l'animateur change. Au vue des images et documents projetés chacune de ces personnes est invitée à donner ses commentaires et ses réactions. Elle répond aux questions du journaliste. Leurs images vidéos, en direct, sont balancées sur le grand écran.

2 - La caméra du plateau d'animation explore également le forum et renvoie l'image des visiteurs sur le grand écran.

3 - Selon un calendrier prévu à l'avance des animations ponctuelles sont programmées. Le plateau d'animation accueille des émissions de télévision et radio qui se réalisent en direct sur place.
Des personnalités diverses sont invitées : artistes, hommes politiques, sportifs etc...

C) Programme Permanent

En dehors des animations proprement dites, le'environnement fonctionne avec le grand écran central alimenté par :

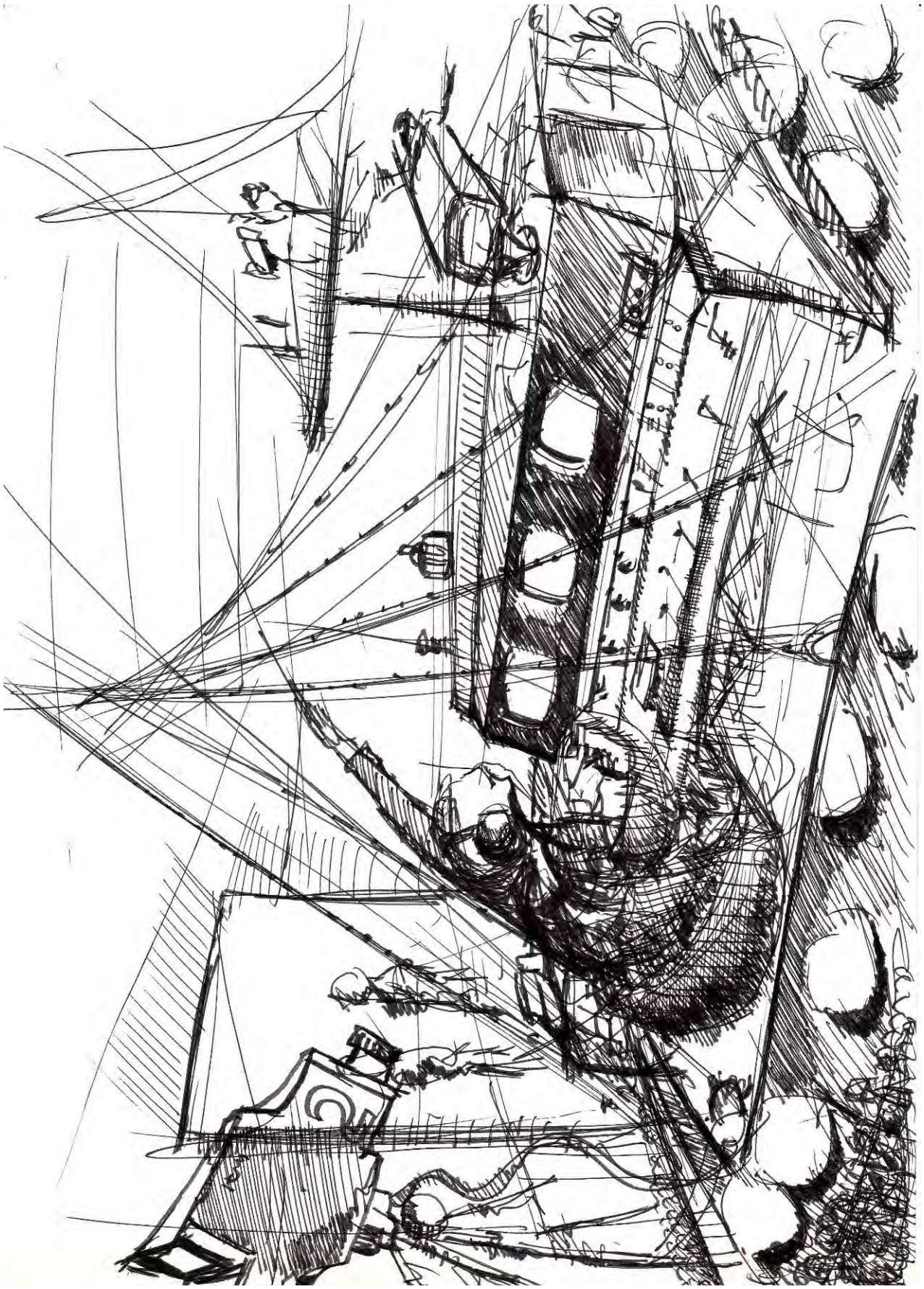
- des documents d'archives de l'I.N.A.
- des bandes vidéo que j'ai moi-même réalisées à cette intention
- les programmes de télévision en cours
- les bandes vidéo des animations enregistrées les jours précédents.

Les programmes sont toujours interrompus toutes les dix minutes par l'intervention intempestive des fauves.

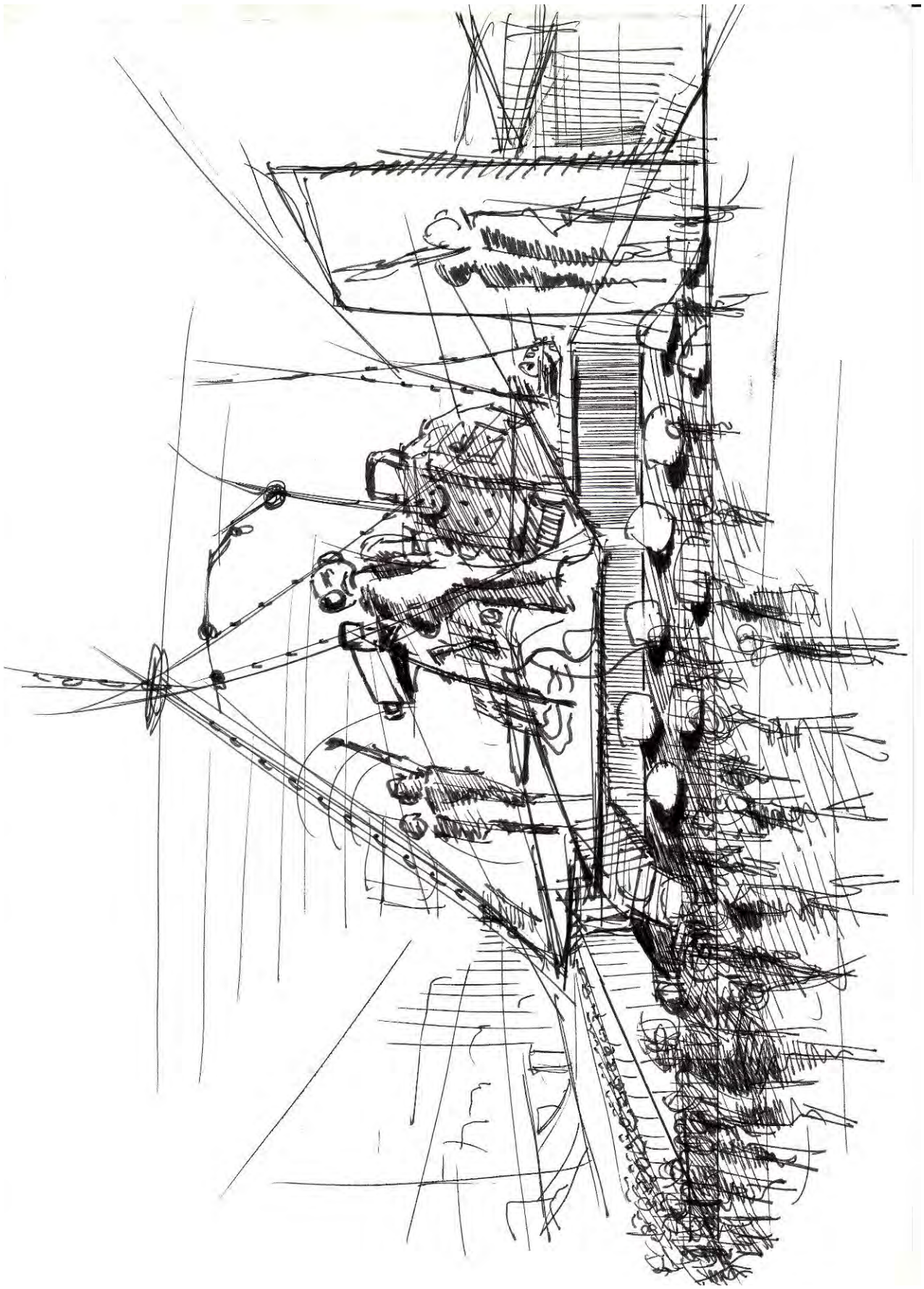
VI - CONCLUSION

Sous forme de ce document, le projet proposé constitue une base de discussion à partir de laquelle tous les aménagements sont susceptibles d'être envisagés. Néanmoins il indique sans ambiguité la ligne générale de l'action et situe le niveau de son ambition. Il permet une évaluation des moyens à mettre en oeuvre tant du point de vue technique que budgétaire.
Cet " environnement - animation " aura le mérite de constituer une " oeuvre en soi " conçue et créée d'une façon spécifique en fonction de l'espace à occuper. Il sera à la mesure du bâtiment mais traduira également l'esprit prospectif dans lequel le centre a été créé pour donner naissance aux " oeuvres " d'aujourd'hui.
Notre projet se traduira sous forme d'un " objet - environnement " concret, visuel et esthétique mais surtout comme un instrument extraordinaire d'expérimentation en matière de communication, de participation du public, et de mise en relation du lieu culturel avec le monde qui l'entoure.

1978 *La fosse aux lions* (Projet non réalisé)
Document manuscrit, sans titre, croquis, page 01/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22



1978 *La fosse aux lions* (Projet non réalisé)
Document manuscrit, sans titre, croquis, page 02/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22



Le portrait volé	1978
Document présentant une animation médiatique et urbaine proposée à la Neue Galerie (Aachen/Aix-la-Chapelle) et à la chaîne de télévision allemande *ZDF* et reposant sur des principes similaires qui seront développés dans *À la recherche de Julia Margaret Cameron* (1988) : identification à un personnage historique, injection d'une fiction dans l'espace urbain, etc. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22	

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

LE PORTRAIT VOLE

PROJET FRED FOREST

Scénario de simulation

Participation : Neue Galerie AACHEN - ZDF - Fred FOREST

I - Thème ;

Rocambolesque histoire à la Neue Galerie D'Aachen

Un jeune peintre , prématurément mort dans un accident de circulation , Claudio Zeraffa , de tendance hyperéaliste avait laissé il y a quelques mois en dépôt dans un musée d'Aachen une toile intitulée : Portrait d'un citoyen . Cette toile vient de disparaitre mystérieusement alors qu'elle avait été accrochée provisoirement dans une salle de la Collection Ludwig . Ce vol est d'autant plus inexplicable qu'il s'agissait là de l'oeuvre d'un jeune artiste ayant une notoriété relative . Les dimensions réduites du tableau 20 cms x 30 cms environ ont probablement facilités son vol à moin s que ce ne soit le sujet traité : Portrait d'un citoyen qui est tenté un amateur.

Un artiste français Fred FOREST amirde longue date de Zeraffa a déclaré à la presse qu'il s'agissait là d'une perte irréparable Avec l'aide de différentes institutions culturelles il se propose de tout mettre en oeuvre pour retrouver trace du chef-d'oeuvre volé. Il va faire , pour cela appel à la population de la région. Monsieur .X. collectionneur a proposé pour sa part une somme importante pour faire refaire le " Portrait d'un citoyen " par un artiste contemporain connu . Le modèle ayant posé pour Zeraffa pour ce portrait n'est pas identifié. Fred FOREST se propose également de le retrouver avec l'aide du grand public car il s'agirait d'une personne ayant habité Aachen entre Février et Novembre 1978 . D'ores et déjà pour reproduire le " portrait d'un citoyen " on recherche (hommes ou femmes) dont le visage pourrait s'accorder à ce thème . L'âge est indifférent . Il suffit simplement que les traits d'ensemble de la personne candidate répondent de la façon la plus proche à la physionomie idéale du citoyen.

Adressez donc votre propre photo d'identité pour savoir si vous pouvez être retenu , assortie d'une courte corresponsance expliquant en quelques mots les ra isons pour lesquelles vous représentez , ou ne représentez pas , le citoyen ou la citoyenne type. (adresse ; Fred FOREST Newe Galerie Aachen 5108 Aachen imalten Kurhaus)

II Déroulement chronologique de l'action

Octobre à décembre 1978 : - Réalisation du portrait

Janvier à Février 1979 : - Zeraffa (un acteur quelconque) le portrait sous le bras visite différents établissements de la ville

.../...

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

(bistrots , restaurants , commerces divers
Il engage conversation sous un prétexte quelconque et montre son tableau.

- Zeraffa se présente chez quelques particulier et propose le tableau à la vente .
- Zeraffa fait encadrer le tableau chez trois encadreurs de la ville .

Mars I979 :

- Accrochage du " Portrait du citoyen " sur les murs de la " Newe Galerie "

Avril I979 :
du I - au 20

- Opération de recherche - Action Fred FOREST

a)- actinn mass-média

- Des communiqués de presse dont expédiés faisant état du vol , de l'avis de recherche du modèle , et de la recherche d'un citoyen idéal pour refaire la tableau
- Première émission ASPEKTE ZDF

(W. Becker , F. Forest , et le collectionneur sont interviewés sur cette disparition)

W/Becker explique les circonstances du vol.
F.Forest explique qu'il va mettre tout en oeuvre pour retrouver le tableau , son modèle ou un autre modèle pour refaire le tableau.
Le collectionneur explique qu'il va commander un nouveau " Portrait de Citoyen " a un peintre contemporain connu

- Un appel est lancé sur l'antenne aux téléspectateurs en vue de retrouver le tableau et propose à ces derniers de déposer leur candidateure pour servir de modèle de citoyen (expédition de la photo et d'une brève correspondance)
- Annonces dans la presse :

Recherche du tableau
Recherche du modèle
Recherche d'un citoyen idéal pour un nouveau tableau.

b) Action urbaine :

Fred FOREST avec une équipe de vidéo légère effectue son enquête pendant une semaine dans les rues d'Aachen et la région.

- Il va notamment interrogér les gens que Zeraffa à contacté deux mois plus tôt . (Patron de bistrots , encadreurs etc...)

... /...

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

Il essaye de se faire décrire " Le portrait d'un citoyen " tel qu'ils l'ont gardé en mémoire.

Pendant cette action urbaine la ZDF intervient pour réaliser divers documents filmés.

c) - Dans la Newe Galerie :

Une salle de musée est réservée à la présentation globale de l'action . Le musée en effet est dansle dispositif le réceptacle où sont concentrés et visualisés toutes les informations qui permettront la compréhension de l'action dans son ensemble.

sous formes de panneaux agrandies :

-Textes : Proposition de départ de l'action et finalit expérimentale.

- Panneaux des différentes publications presse
- Photos reportage actions urbaines extérieures
- Bandes vidéo des actions urbaines
- Documents divers et variés sur le Tableau " Portrait d'un citoyen " recherché
- Affichage des photos d'identités et correspondances en réponse aux appels des journeaux et télévisions

Le 20 avril I978 : Le tableau " Portrait d'un citpyen " est découvert à la gare de Aachen ou dans un grand magasin de la ville .

Mai I979 : Deuxième émission d'Aspekte ZDF

W. Becker et F. Forest expliquent et relatent le déroulement de l'action . Sa finalité et les enseignements à en tirer.

Diffusion des illustrations Bande vidéo.

- Documents réalisés par la ZDF sur place
- Des correspondances participations du public
- Du tableau volé et retrouvé !

But de cette action et finalité socio-artistique

Cette action vise plusieurs objectifs

I - Mise en relation de la sphère artistique (le musée) avec un public plus élargi par l'intermédiaire des mass-mdia et l'animation urbaine sous prétexte d'un fait-divers. Le musée est la pièce maitresse et centrale dans le dispositif mis en place : il devient émetteur de messages vers l'environnement extérieur , en retour il collecte , préserve et présente l'information qui permet de saisir l'action dans sa globalité.

.../...

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

2 - Animation et stimulation à la créativité du public.
Jeu d'identification - projection

3 - Confection d'une situation et de personnages " mythiques "
Introduction directe de l'imaginaire dans la réalité sociale.

4 - Interrogation critique sur la puissance des mass-média capables de tout accréditer , de tout inventer !
Tout est vrai du fait que le journal l'imprime et l'affirme!

5 - Conception et réalisation d'un " scénario " ludique dont le déroulement se juxtapose et s'applique sur la réalité quotidienne appelant la participation du public

Le territoire du mètre carré artistique se déplace à Zagreb	1978
Documents soumis à la Galerije Grada Zagreba, à Zagreb (Croatie) pour un partenariat lié au projet du *Territoire du mètre carré*. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22	

1978 Le territoire du m2 artistique se déplace à Zagreb
Document tapuscrit, lettre de Fred Forest à la Galerije Grada Zagreba, pour présentation du projet *Territoire du m2 artistique*, datée du 6 novembre 1978, page 01/02

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

GALERIJE GRADA ZAGREBA
KATARININ TRG 2
41000 ZAGREB YOUGOSLAVIE

Fred FOREST
7 passage de la Main D'or (SLOT)
75011 PARIS

Paris le 6 Novembre 1978

– RADOSLAV PUTAR

Chers Amis ,

A la suite de notre rencontre à Graz en Autriche à l'occasion de la manifestation " Art artist & the média " je vous adresse comme nous en avions convenu une proposition claire et précise sur mon projet du Territoire du m2 afin que vous m'aidiez à la réaliser d'une part , et que d'autre part vous trouviez des institutions Yougoslaves (universités , ministères, musées, etc ...) ou des individus (artistes , philosophes , scientifiques , urbanistes etc ...) pour y participer activement .

Le Territoire du m2 artistique est une surface réelle qui existe à 40 kilomètres au Nord-Ouest de Paris sorte de modèle de simulation qui verra se concrétiser une maquette géante de 1000 m2 mais surtout qui doit devenir un laboratoire expérimental d'idées et de propositions qui seront diffusées et archivées . Ponctuellement le Territoire du m2 artistique est reconstitué (en entier ou en partie) en des lieux géographiques différents , à mon initiative , et en fonction des invitations qui me sont faites .

(Il sera réalisé du 27 novembre au 10 Décembre 1978 à l'intérieur du Musée Cantonnal des Beaux Arts à Lausanne tandis qu'une expérience de presse simultanée est organisée avec des journaux et la participation des lecteurs sur le thème de l'habitat)

Il pourrait de même être installé à ZAGREB , et c'est ce que j'attends de votre collaboration et de votre soutien également pour qu'une telle idée puisse se concrétiser .

Pour récapituler :

1° - Souscriptions pour l'acquisition de m2 par un certain nombre d'organismes yougoslaves ou d'individus ..

2° - Installation temporaire du Territoire sur le sol Yougoslave donnant lieu au projet ci-annexé.

.../...

1978 Le territoire du m2 artistique se déplace à Zagreb
Document tapuscrit, lettre de Fred Forest à la Galerije Grada Zagreba, pour présentation du projet *Territoire du m2 artistique*, datée du 6 novembre 1978, page 02/02

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

Les institutions yougoslaves auront tout intérêt à s'associer à cette expérience de recherche inédite qui constituera une occasion d'affirmer leur présence dans le contexte culturel mondial en y associant ses prores chercheurs

A titre d'information ont donné leur accord pour leur présence sur le Territoire :

Les Universités de : Lausanne
Kassel
Paris-Vincennes
Berkley
Yale etc ...

Mais aussi les musées de Lausanne , Musée d'art Moderne de Stockholm , le Kunstverein de Bonn , le Centre Georges Pompidou de Paris etc ...
des individus aussi comme Marshall MAC LUHAN , Edgar MORIN , Jean DUVIGNAUD , NEMEYER , Mathias GOEWITZ , André WOGENSCKI , Claude PARENT etc ...

Pour ma part j'estime qu'il serait très souhaitable que des pays de toutes idéologies participent à ce projet et que le prétexte artistique arrive à mettre en place un modèle utopique où des personnalités de tous horizons collaboreraient à travers ce modèle de simulation pour rechercher les formes de vie future .

Lors de notre conversation vous m'avez semblé très motivé . Cela me donne bon espoir car j'ai l'intuition que vous avez saisi la dimension de ce projet ainsi que ses prolongements multiples . Je suis donc persuadé que vous serez son meilleur défenseur afin qu'il puisse voir jour.

En attendant votre réponse je vous adresse mon meilleur souvenir et mes très cordiales salutations.

Fred FOREST

1978 Le territoire du m2 artistique se déplace à Zagreb
Document tapuscrit, « Projet Fred Forest *Le territoire du m2* »

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

PROJET FRED FOREST

" Le Territoire du m2 "

I° - Fred FOREST a installé à 40 kms de Paris une surface divisée en I000 M2 qu'il a dénommée " Territoire du m2 artistique " Ces I000 m2 vont être attribués à des institutions et des individus de toutes nationalités à raison d'une participation de 3000 francs français par parcelle .

2° - Sous son impulsion et son animation le Territoire du m2 artistique va devenir pour plusieurs années un modèle de simulation de l'espace sous forme d'une maquette géante où seront réalisées , à échelle réduite , les différentes propositions des détenteurs de parcelles . Il s'agira en quelque sorte sous forme ludique d'une micro-société gérée par une administration de type artistique dont le pouvoir administratif est délégué à Fred FOREST .Il s'agira aussi d'un laboratoire expérimental d'idées où les différentes propositions avant d'être adoptées feront l'objet d'études donnant lieu à des publications et des échanges .

Les messages réalisés pourront relevés de l'urbanisme , mais aussi de la sémantique (villes de mots ou de phrases) du monde sonore ou odoriférant . Des m2 pourront faire l'objet de recherches agronomiques , biologiques , scientifiques etc ...

3° - Le Territoire du m2 artistique se déplace de temps à autre à la surface des continents pour se reconstituer ponctuellement et temporairement en des lieux divers , à des échelles variables , en totalité ou en partie . Le compte-rendu et les travaux effectués au cours de ces déplacements sont destinés à enrichir les archives du Territoire du m2 artistique.

4° - Le Territoire du m2 artistique est un dispositif de communication dont l'information est assurée en permanence par l'artiste-animateur .

1978 Le territoire du m2 artistique se déplace à Zagreb
Document tapuscrit, « Projet Fred Forest *Le territoire du m2 se déplace à Zagreb* »

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

PROJET FRED FOREST

" LE TERRITOIRE DU M2 SE DEPLACE A ZAGREB "

I° - Dans un lieu culturel ou public , dans un musée ou sur une place publique , reconstitution au sol par un système de visualisation quadrillée , en totalité ou en partie , du TERRITOIRE DU M2 .

Cette surface délimitée et visualisée devient une aire de jeu et un laboratoire d'idées , destinée à être un véritable " théâtre " de propositions .(sur un thème ou plusieurs thèmes définis) . Ces propositions émanent de personnalités du monde artistique , scientifique , politique , artistes plasticiens , écrivains , philosophes , journalistes , hommes politiques , sociologues , musiciens etc ...) ou elles peuvent également être le fait d'illustres inconnus . Selon la durée de l'action toutes ses propositions qui demandent une intervention physique sur le m2 doivent s'inscrir chronologiquement et spatialement dans une programmation . Pour cela tous les m2 disponibles sont distribués à l'avance aux individus qui désirent y faire leur communication , lancer leur message , ou réaliser leur action durable ou éphémère . Chacun d'eux (ou son représentant accrédité) à tour de rôle et successivement se présente et s'approprie de l'espace (m2) qui lui a été affecté . Toutes les formes d'appropriation de cet espace sont autorisées : dépot d'un objet , construction ou installation diverses , discours , action de body-art , inscription d'un message au sol , réalisation d'un geste , d'un chant , d'un cri , d'une dame , diffusion d'une bande vidéo , dépôt d'une thèse ou confection d'un poême etc ...)

2° - Un reportage filmique , vidéo , et photographique en constitue la mémoire ..Une organisation rigoureuse permet d'accueillir chaque intervenant et de recueillir les textes et documents matérialisant sa proposition .

3° - Un numéro spécial de SPOT est entièrement consacré à la publication de toutes les propositions offertes . Ce numéro est titré :

SPOT - ARCHIVES DU TERRITOIRE DU M 2

Il comporte : a) Le concept du Territoire
b) Le projet réalisé à Zagreb dans son intégralité avec toutes les propositions visualisées ou écrites .

4° - A l'occasion de sa présence à Zagreb Fred FOREST installe symboliquement les organismes et individus qui vont prendre place sur le sol du Territoire du m2 situé en France pour la continuation du jeu dans le contexte international.

Projet d’émission de radio pour Radio Monte Carlo	1978 (vers)
Document manuscrit présentant un projet d’émission de radio adressé à la direction des programmes de la station française Radio Monte Carlo Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA28	

1978 (vers) Projet d'émission de radio pour Radio Monte Carlo
Document tapuscrit « Projet Fred Forest pour Radio MONTE CARLO », page 01/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA28

PROJET FRED FOREST

pour Radio MONTE CARLO

EMISSION EXPERIMENTALE PONCTUELLE

Cette émission ponctuelle et unique se réalise dans le cadre d'une émission existante susceptible de l'accueillir.
Elle est présentée aux auditeurs comme une " expérience " de l'artiste Fred FOREST . Artiste contemporain qui a abandonné l'art traditionnel pour se consacrer à des expériences de communication sur les nouveaux média . Elle peut , ou non , se loger dans le corps d'une interview à titre d'illustration concrète .

Déroulement et propos

a) - L'auditeur est informé sur le fait qu'il s'agit d'une expérience qui recquiert sa participation . Chaque auditeur est invité à téléphoner à trois personnes de sa connaissance en les priant de se porter immédiatement à l'écoute de R.M.C. où il se passe , semble-t-il , quelque chose de curieux et d'étrange !. Selon le système de la " chaine " chaque personne alertée est elle-même invitée à appeler trois nouveaux correspondants , et ainsi de suite ...
(procédé boule de neige)

b) - Cinq minutes après que l'appel ait été lancé sur l'antenne pour donner le temps nécessaire aux appels téléphoniques de se propager en étoile dans l'espace-média , une bande sonore spéciale préparée à l'avance occupe l'antenne pendant un temps assez long .Le contenu de cette bande est à mettre au point . Il s'agit d'un montage avec des éléments divers mais qui laisse croire , aux auditeurs arrivant sur l'écoute, que le " micro est resté ouvert en direct " on entend des bruits de studio , des chaises qu'on déplace , des bris de glace , des rires , des discussions , une cantatrice qui répète , des chants d'oiseaux , une équipe qui fait le ménage . La diffusion de la bande est interrompue toutes les 30 secondes par une voix qui annonce d'une façon neutre ;
" La suite de nos programmes dans quelques instants ".
Le micro est resté ouvert !
Qu'est-ce qui arrive sur l'antenne de R.M.C.?

C) - Enfin les auditeurs sont invités à téléphoner , à écrire pour exprimer leur interprétation de cet " incident " ..Des témoignages sont balancés en direct sur l'antenne .

But et analyse du projet

A quoi répond ce projet : Il s'agit d'une expérience sur la communication radiophonique qui se prend comme objet elle-même. Ce " trou " radiophonique programmé cette " disponibilité " d'antenne constitue une rupture par rapport aux habitudes et conventions d'écoute . La possibilité d'interprétations multiples favorise la libération de l'imaginaire .

.../.../...

1978 (vers) Projet d'émission de radio pour Radio Monte Carlo
Document tapuscrit « Projet Fred Forest pour Radio MONTE CARLO », page 02/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA28

L'expérience joue de manière à faire osciller l'auditeur sur une ambiguité entre l'incident véritable en direct et la fiction.
Il ne s'agit pas de recommencer l'émission d'Orson WELLS qu'il avait réalisé en 1938
La finalité est différente : Essayer de créer un " évènement de communication en mettant en place un dispositif d'interéaction entre la radio et le réseau téléphonique pour faire émerger l'imaginaire social.

Projet d’un magazine TV : Territoire du mètre carré	1980
Document manuscrit présentant le projet d’un magazine destiné à la télévision, avec pour fil conducteur le Territoire du mètre carré ; adressé à Antoine Lassaigne. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA28	

Adressé à Antoine Lassaigne -

(1)

Projet d'un magazine TV

—

Ce projet a pour finalité d'ouvrir la culture à un public plus large en utilisant les canaux de communication de masse et en reliant directement la culture à notre quotidien -
Le projet s'appuie sur la création par un artiste contemporain Fred Forest, artiste de la communication et des media, d'un Territoire indépendant qu'il a installé à Auxerville à 40 kms au Nord de Paris -
Ce Territoire dont il est à la fois le chef d'état et le concierge fonctionne sous la loi de l'utopie, de l'imaginaire et de la créativité - Par son découpage et la visualisation au sol des 1000 mètres carrés qui le composent cet espace offre une sorte d'espace scénique où sont appelés à se réaliser diverses interventions. Le Territoire est délimité par des murs d'enceinte qui sont en quelque sorte les frontières de l'utopie qui marquent son enclave sur le sol national français -
Cette surface privilégiée est terre d'élection pour différentes expressions et expérimentations : un balcon d'où l'on tente de découvrir les formes avancées de la vie de demain, où tout simplement de revaloriser certaines pratiques actuelles qui réconcilient l'homme avec son quotidien -
Le principe du magazine repose, pour chaque numéro, sur l'invitation par Fred Forest qui lui délivre le visa adéquat, d'un individu qui est appelé à s'exprimer ou à réaliser une action à partir de ce lieu privilégié. L'émission peut aussi jouer sur la mise en présence inattendue de deux personnes dont les activités, les milieux, les professions ou les idéologies ne favorisaient guère la rencontre - Le Territoire fonctionne symboliquement comme dispositif de communication et lieu d'échanges -

(2)

D'un numéro à l'autre du magazine un équilibre alterné permet de faire intervenir sur un pied d'égalité des personnalités publiques de tout premier plan (artistes, scientifiques, universitaires, hommes de responsabilités publiques, chanteurs en vogue ...) avec des individus anonymes (bricoleurs, passionnés d'horticulture, autodidactes inspirés, amoureux de papillons ...)

Les réalisateurs de l'émission peuvent suggérer aux protagonistes des thèmes ou des types d'action en rapport avec leur discipline mais en dernier ressort ils restent toujours maîtres de leur prestation.

A titre indicatif voici quelques exemples de sujets qui pourront être proposés pour ce voyage en terre d'utopie.

1 - Le peintre Jacques Monory peint au bleu sur une parcelle du Territoire le paysage de l'utopie.

2 - Bertrand de Jouvenel assis au milieu du Territoire dans son fauteuil répond à cinq questions sur la futurologie.

3 - Georges Perec à raison d'un mot par parcelle du Territoire propose mille mots qui couvrent le territoire ...

4 - Jean-Luc Godard caméra au poing dialogue et explore le Territoire.

5 - Roger Gicquel ou J.L. Ellabbach présentent un journal d'information de pure fiction, micro en main, au milieu du Territoire.

6 - Monsieur Durand ébéniste et premier ouvrier de France nous parle des arbres, du bois et de sa profession.

(3)

7. Madame Durand ménagère et mère de famille nous parle de madame Durand et comment elle voit l'avenir de ses enfants.

8. Joseph Beuys artiste international réalise une performance sur la parcelle C31.

9. Jimmy Smith sous les fondations du Territoire interprète à l'orgue électronique le thème de jazz "Night and day".

10. Le dernier vainqueur de marche à pieds Paris Strasbourg fait trente deux fois le tour du Territoire.

11. Vasarely nous propose sa vision optique du Territoire.

12. Mr X Leader syndicaliste nous explique la forme de syndicalisme idéal dans une société idéale.

13. Mr Y Prix Nobel de chimie nous parle de la composition des minerais du Territoire et des resultats de recherches ces dix dernières années dans ce domaine

14. Mr Durand agriculteur dans l'île de France nous parle de son métier et nous montre comment planter des pommes de terre au mois d'août.

etc... etc...

Les exemples pourraient varier à l'infini —

(4)

Il est important d'insister que sur le plan visuel la caméra peut appréhender la totalité de la surface du territoire qui fonctionne avec son unité de lieu comme espace scénique –
Il faut ajouter que le "Territoire" est doté de bâtiments annexes qui constituent son administration et ses salles d'archives –
Selon un rituel établi l'accès au Territoire pour les différents invités introduit le début du magazine et se fait toujours en fonction de leur personnalité ou de leur spécialité.

Notre magazine privilégiera la culture dans un sens large du terme en ayant pour but d'intégrer à son corpus des éléments considérés aujourd'hui comme profane. Il s'efforcera, surtout, d'intéresser le grand public à différentes recherches notamment à l'art par un ton et un mode de présentation radicalement différent de ce qui se fait actuellement en la matière.

Arrêtez le temps et redevenez vous-même	1983

Document présentant un projet articulé autour de la thématique du temps, dont la réalisation définitive se fera au travers de *J'arrête le temps,* en 1998.

Entre temps, de multiples versions sont déclinées :

1986	*J'arrête le temps* ou *Opéramédia*
1986	*J'arrête le temps* ou *Métromédia* (prévu pour Cologne)
1987	*J'arrête le temps*
1991	*J'ai décidé d'arrêter le temps*
1991-92	*J'arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier) (versions A et B)
1993	*J'arrête le temps ou qui m'aime me suive*
1993-94	*J'arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier)
1994	*J'arrête le temps*

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA20

1983 Arrêtez le temps et redevenez vous-même

Document manuscrit « Arrêtez le temps et redevenez vous-même », ébauche de projet datée de 1983, page 01/02

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

Arrêtez le temps et redevenez vous-même

Jeudi 28 Novembre 1983. On n'en se le dire. Pour la première fois en France les trains ne partiront pas à l'heure. Les plongeons resteront en l'air. Les feux vert au rouge. La pluie suspendue dans le ciel. La clef sous la porte. La balle dans le fusil. La lune au son zenith. Le doigt sur la sonnette. Le revers sur le vestes. Le regard sur l'horizon. Le tangible dans l'illusion. Le présentateur ~~[illegible]~~ présent dans sa boîte ~~de~~ télévision.

Jeudi 28 Novembre à partir de 20 heures le temps sera arrêté. Cette mesure due à une initiative privée prétend pousser plus loin l'expérience des horaires d'été adoptée par 7 pays européens depuis 1981. ~~Jeudi une heure aujourd'hui pour le réfléchir d'une nuit plus longue d'une heure dans trois mois...~~ ~~Notre proposition plus radicale n'entraîne aucun retour en arrière.~~

Le temps sera arrêté définitivement à partir de 20 heures ~~[illegible]~~ ce jeudi 28 Novembre 1983.

Cette ~~[illegible]~~ décision ~~salutaire d'écologie temporelle~~ écologique doit être considérée comme une ultime ~~décision~~ mesure visant à maîtriser la vitesse, dominer l'excitation du monde moderne, ~~et ses retombées et [illegible]~~, vaincre le stress de notre vie quotidienne, ~~[illegible]~~ à l'être humain ~~[illegible]~~ redonner de la ligne gestion de son temps.

Modalités d'application :

Compte tenu de la nouveauté de l'expérience et de son fonctionnement imprévisible il appartiendra à chacun d'adapter à son cas personnel les indications suivantes :

- Éloigner au plus grand ~~[illegible]~~ les montres, ~~les~~ horloges et ~~les~~ pendules (ou au moins arrêter).
- En cas de ~~[illegible]~~ ~~Rétablissement~~ ~~[illegible]~~ interruptions d'un certain temps de vase avant le passage au temps zéro s'armer de patience après ~~[illegible]~~ avoir pris la précaution d'enfermer ~~[illegible]~~ appareils du type ~~[illegible]~~ genre magnétoscope qui pourraient ~~[illegible]~~ ~~[illegible]~~ le phénomène ~~[illegible]~~ ~~[illegible]~~ ~~[illegible]~~ à l'observation au but recherché

Informations pratiques du dérangement.

1/20 Voir ~~[illegible]~~ sur TF1 à partir de 20 heures
2/ Voir ~~[illegible]~~ à l'écoute de radio
3/ Suivre les conseils de la presse nationale ~~[illegible]~~

F. F

1983 Arrêtez le temps et redevenez vous-même
Document manuscrit « Arrêtez le temps et redevenez vous-même », ébauche de projet datée de 1983, page 02/02

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

Campagne

1° Communiqué ou information ou objet de presse adressé aux journalistes et leaders d'opinion.
(Bandes ?) ou comme de presse les exclure

2° Interview de Libération

3° Publication dans le Monde.

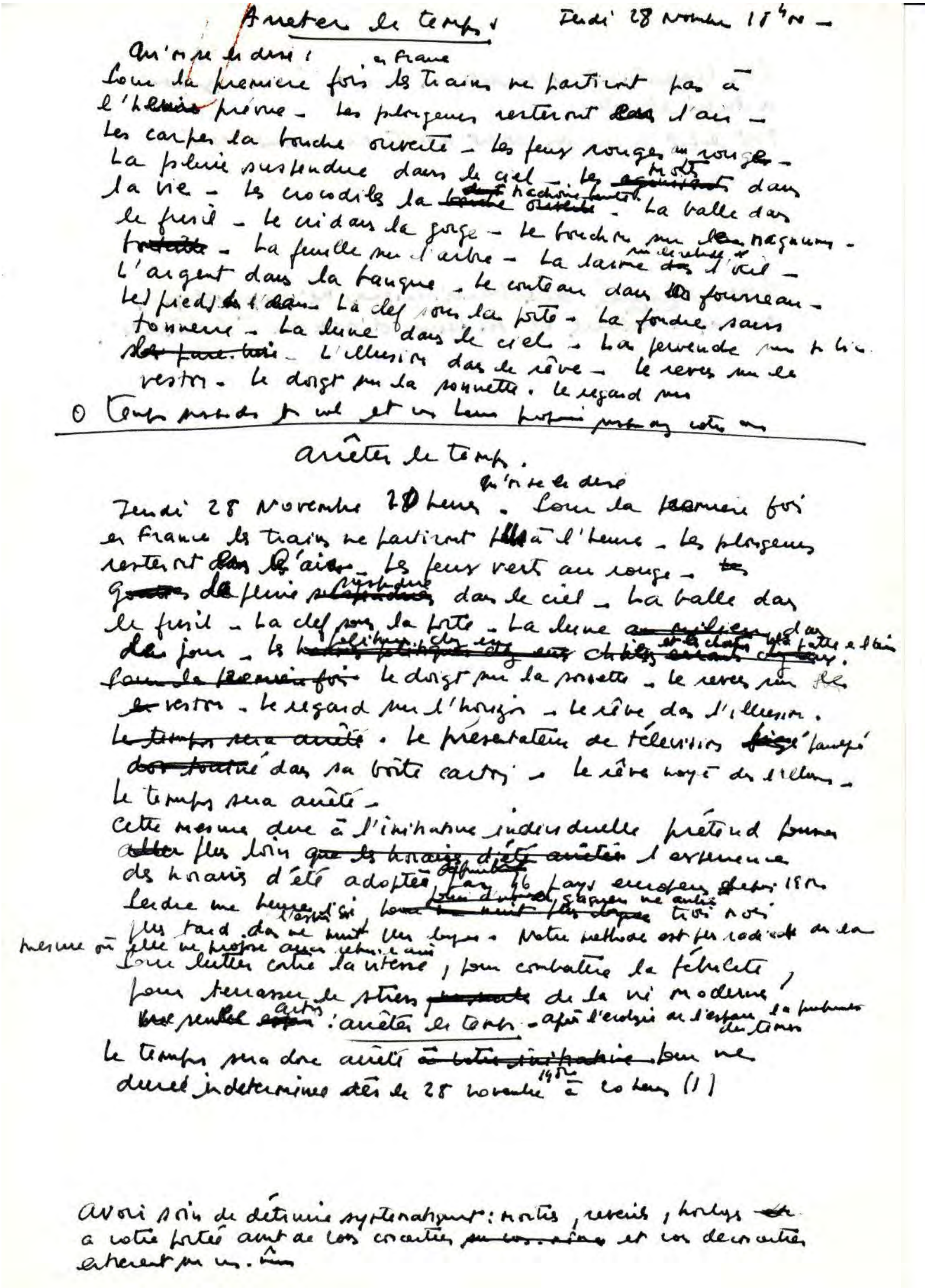
4° Emission de TF1

5° Emission d'une radio

1983 Arrêtez le temps et redevenez vous-même

Document manuscrit « Arrêtez le temps Jeudi 28 novembre 18h00 », ébauche de projet datée de 1983, page 01/02

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20



Arrêter le temps ! Jeudi 28 novembre 18h00 –

Qu'on se le dise ! en France
Pour la première fois les trains ne partiront pas à l'~~heure~~ prévue – les plongeurs resteront ~~dans~~ l'air –
Les carpes la bouche ouverte – les feux rouges au rouge –
La pluie suspendue dans le ciel – les ~~[illegible]~~ morts dans la vie – les crocodiles la ~~bouche~~ mâchoire [illegible] ~~ouverte~~ – La balle dans le fusil – le cri dans la gorge – le bouchon sur ~~les~~ magnum – ~~[illegible]~~ – La feuille sur l'arbre – La larme au coin de ~~dans~~ l'œil – L'argent dans la banque – le couteau dans ~~le~~ fourreau – Les pieds ~~[illegible]~~ La clef sous la porte – La foudre sans tonnerre – La lune dans le ciel – La pervenche sur la [illegible] ~~[illegible]~~ – L'illusion dans le rêve – le revers sur le veston – Le doigt sur la sonnette. Le regard sur
Ô Temps suspends ton vol et vous heures propices suspendez votre cours

arrêter le temps.

Qu'on se le dise
Jeudi 28 Novembre 18 heures. Pour la première fois en France les trains ne partiront ~~[illegible]~~ à l'heure – Les plongeurs resteront ~~dans les airs~~ – Les feux vert au rouge – ~~les~~ ~~Gouttes~~ de pluie ~~suspendues~~ suspendue dans le ciel – La balle dans le fusil – La clef sous la porte – La lune ~~au milieu~~ du ~~du~~ jour – les ~~[illegible]~~ célibataires chez eux ~~[illegible]~~ chats ~~[illegible]~~ et les chats les pattes en l'air. ~~Pour la première fois~~ le doigt sur la sonnette – le revers sur ~~le~~ ~~le~~ veston – le regard sur l'horizon – le rêve dans l'illusion. ~~Le temps sera arrêté~~. Le présentateur de télévision ~~[illegible]~~ plongé ~~dans~~ ~~[illegible]~~ dans sa boîte carton – le rêve noyé dans l'illusion –
Le temps sera arrêté –
Cette mesure due à l'initiative individuelle prétend pousser ~~aller~~ plus loin ~~que les horaires d'été arrêter~~ l'expérience des horaires d'été adoptés définitivement par 16 pays européens ~~depuis~~ 198. Perdre une heure l'été, d'ici ~~[illegible]~~ bien d'autres s'ajouteront autres trois mois plus tard dans une nuit plus longue. Notre méthode est plus radicale dans la mesure où elle ne propose aucun retour en arrière.
Pour lutter contre la vitesse, pour combattre la fébrilité, pour terrasser le stress ~~[illegible]~~ de la vie moderne, ~~une~~ seule ~~option~~ action : arrêter le temps – après l'écologie de l'espace la protection du temps
Le temps sera donc arrêté ~~à votre satisfaction~~ pour une durée indéterminée dès le 28 novembre 1985 à 18 heures (1)

Avoir soin de détruire systématiquement : montres, réveils, horloges ~~etc~~ à votre portée avant de vous concentrer ~~sur vos [illegible]~~ et vous déconcentrer entièrement sur vous-même.

1983 Arrêtez le temps et redevenez vous-même
Document manuscrit « Arrêtez le temps Jeudi 28 novembre 18h00 », ébauche de projet datée de 1983, page 02/02

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

Sans tranquillisants et sans religions accès économique à la vie éternelle.
Tout enfant de cinq ans et tout adulte nouvellement doué

Sans recours aux barbituriques ni aux religions le moyen naturel et moderne d'accès à l'éternité.

Le vidéopéra	1983
Document présentant un projet articulé autour des thématiques du temps et de l'opéra, prévu en partenariat avec la Galerie Françoise Friedrich, Cologne (Allemagne). A rapprocher d'un projet non réalisé daté de 1986, pour l'Opéra Garnier, à Paris. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22	

PROJET FRED FOREST

" LE VIDÉOPERA"

I- LIEU : Galerie Françoise Friedrich et local annexe: Cologne - R.F.A

II- Concept :

L'actualité d'une journée et son information sont mises en scéne.La réalisation se traduit sous forme d'un environnement dans lequel se meuvent trois personnages (chanteurs d'opéra) . Chacun d'eux symbolise le Passé, le Présent, le Futur.
A quelques aménagements prés, de détail, les lieux sont laissés en l'état actuel.Un éclairage ponctuel et aléatoire constituera des ilôts de lumiere ayant pour fonction l'investigation de l'espace au plan visuel. Selon un itinéraire fixé les trois personnages se déplacent pour occuper trois lieux dans l'espace du local. Ils se déplacent séparément d'un point à l'autre. Ils chanteront et réciteront à tour de rôle sans jamais se rencontrer... Effectuant un circuit dans le même sens. Trois emplacements sont designés dans le circuit qui sont les trois lieux scéniques de leurs actions. Le reste du temps ils se déplacent dans le silence avec des gestes lents et hieratiques.
Une bande son stereo diffuse un programme continu dont la matiére sonore est composé d'un montage de course de pas, d'opéra de wagner, de bruitages divers bruits de foule et chasses d'eau. Les cantatrices interviennent dans des plages de silence ménagées sur la bande.
Sur le plan sonore ils(elles)se manifestent de deux maniéres:

a) Ils chantent des airs de wagner sans musique d'accompagnement.
b) Ils récitent des textes.

Le Passé: Enumération de fais historiques.
Le Présent:Lecture de dépêches d'agence de la journée.
Le Futur: Répétition inlassable sur des tons différents et des rytmes divers du mot: DEMAIN.

Ils se déplacent avec une pancarte les identifiant(Passé,Présent,Futur). Ils disposent de micros avec prolongateur qui leur permet le déplacement. Ils sont affublés de casques sur les oreilles et d'antennes portatives.Ils sont vêtus de longs drapés à l'ancienne. Ils se meuvent d'un lieu d'action à l'autre selon un mouvement lent réglé. Une équipe mobile de vidéo et son eqipement d'éclairage portatif délimite chaque fois le lieuscénique en mettant en batterie sa prise de vue. L'équipe de vidéo en conséquence joue également dans le projet proposé un rôle d'acteur . L'image est enrégistré mais aussi renvoyée en circuit fermé de TV (voir schéma de fonctionnement).

Des endroits sont déterminés pour la projection de slides sur des supports irréguliers ou mobiles.Ce sont des photos d'actualité en noir et blanc genre photos de presse.(les supports peuvent être par exemple de mannequins de vitrines,des grilles blanches,des objets divers.)
Les seuls moments de lumiére violente et ponctuelles s'effectuent quand le chanteur chante ou récite.

III- FONCTIONNEMENT.

Les lieux sont visités par des groupes successifs de 20 personnes pour un temps minuté de IO minutes. Chaque visiteur passe par un SAS antichambre avant de pénêtrer dans l'environnement. IL peut recevoir là quelques accessoires objet ou vêtement qui le désigne comme acteur (actif ou passif).

Les visiteurs attendent dans la galerie le moment de leur introduction dans l'environnement.Cette attente s'effectue devant une batterie de téléviseurs qui renvoient en circuit fermé de télévision se qui se passe à l'intérieur de

de l'environnement en direct.
- Une sonnerie marque le début et la fin de chaque visite.
- L'antichambre est, elle-même, placée en circuit fermé de télévision:

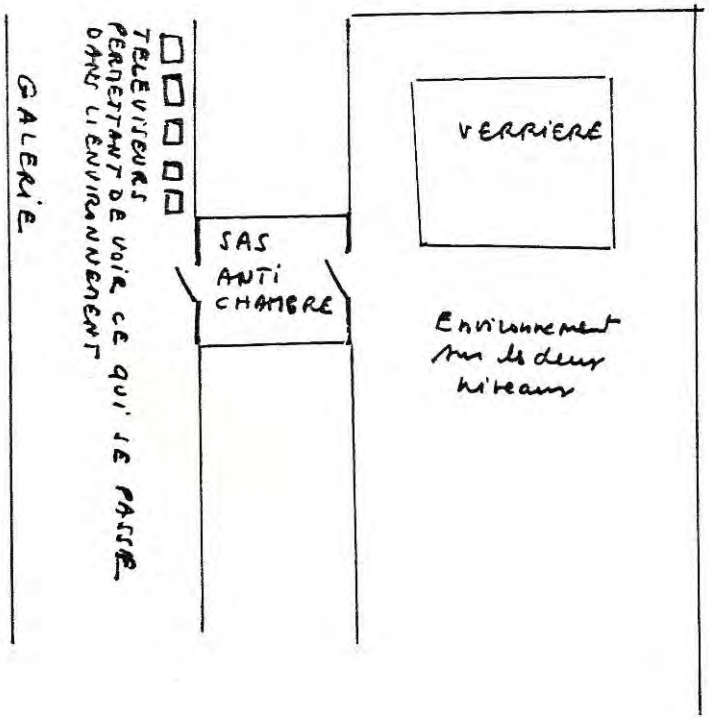
- La performance se déroule au cours d'une unique soirée baptiséée soirée "Videoperamedia."

Si l'exposition s'étale sur une durée de quinze jours ou trois semaines selon la disponibilité du local se pratique la visite de l'environnement avec les documents sonores et le bandes vidéo traces de l'action réalisée.

IV- BESOINS:
3 Chanteurs d'Opéra.Costumes Accessoires.
5 Projecteurs slides.
3 micros(sans fil de préférence)
I systéme complet de sonorisation des lieux+ Une régie son.
IO,20, ou 30 téléviseurs selon les possibilités.
I magnétoscope portatif U-Matic 3/4 de pouce couleur et son Equipement.
I magnétoscope de table de diffusion.

3 Métres cubes de sable et deux ordinnateurs apple2 .

V- RÔLES:
FrancoiseFriedrich mise à disposition des lieux et coordination sur place..
Wolfang Ziemer-Chrobatzek recherche des moyens,organisation,coordination générale.
Fred Forest contenu artistique,réalisation, contacts.
L'action fait l'objet d'une vidéotransmission par satellite



Fred Forest

Projet sur le thème « Imaginaire, Société et Mass-media »	1984
Documents présentant une déclinaison de La bourse de l'imaginaire (réalisée en 1982 à Paris) et prévu pour la ville de Düsseldorf (Allemagne). Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22	

P R O J E T F R E D F O R E S T

Après le succès de la Bourse de l'Imaginaire à Paris ...
Avec Henkel
Projet non réalisé.

Düsseldorf Presse-Agentur
Fred Forest
(Imaginär incl.)

D.P.A. - F.F. (I.I.)

OBJECTIFS :

Ce projet faisant appel à la participation du public, vise à réaliser d'une façon dynamique une "expérience de presse". Fondé sur le thème Imaginaire, Société et Mass-média, il propose, à travers le dispositif mis en place par l'artiste, de stimuler les capacités d'imagination du public en lui faisant produire des matériaux divers relevant de l'information. Les réponses produites par le public sont affichées au fur et à mesure dans le lieu d'animation choisi (plateau B). Ce lieu constitue tout au long de l'opération une centrale de production d'informations, de stockage, d'exposition et d'échange de ces informations, ainsi qu'un lieu où se déroulent des évènements divers (animations). Ce lieu constitue aussi une base arrière à partir de laquelle différentes actions sont lancées vers "l'extérieur" (équipe mobile d'assistants, car vidéo etc.). le propos du projet consiste à inviter le public des mass-média (ainsi que le public de passage dans les lieux) à créer lui-même des faits-divers dans un esprit ludique. Deux possibilités de participation s'offrent à lui :

1) Inventer entièrement des faits-divers qu'il imagine,

2) Sélectionner dans sa presse habituelle un fait-divers qui a retenu particulièrement son attention.
Ce fait-divers pourra être illustré d'images, de dessins, de photos-montage, etc.

Ces documents se matérialisent sur un support papier dont les dimensions maximum ont été définies.

.../...

Cette action multi-média s'appuie, pour la diffusion suivie des appels, sur le plus grand nombre de secteurs de communication (journaux, radios, télévisions).

IMPLANTATION DU DISPOSITIF.

a) Le projet se déroule à Düsseldorf du 5 au 12 octobre 1984, dans un espace de 500 m2 aménagé à cet effet. Cet espace est conçu comme un lieu scénique du déroulement de l'action en cours. L'artiste présent donne à voir au public, d'une façon permanente, l'activité de "l'agence de presse de l'imaginaire Fred Forest", dont le bureau est composé d'une quinzaine d'assistants.
Ces derniers ont de multiples fonctions :
1- ils procèdent à l'ouverture du courrier, à l'archivage des réponses, à l'affichage de ces réponses sur les
à la réponse au courrier (renvoi aux participants du "Meldung des Tages", authentifié du cachet d'artiste).

2- ils informent en permanence le public qui circule dans les lieux et ils l'invitent à produire des faits-divers en mettant à sa disposition le matériel nécessaire.

3- ils satisfont à la gestion des différentes installations sur place.

4- ils assurent les animations.

5- ils assurent ponctuellement les missions d'intervention à l'extérieur (animations).

6- toute l'équipe, ainsi que l'artiste, est vêtue d'un overal spécial jaune électrique portant dans le dos le sigle de la manifestation.

b) Différentes équipes techniques sont installées sur place :

1- 2 lignes téléphoniques pour les besoins du bureau de presse

2- 10 lignes téléphoniques dotées de répondeurs automatiques branchés sur amplificateurs pour la participation du public

3- un abonnement télex à une agence de presse dont les dépêches sont renvoyées par une caméra sur le circuit fermé de T.V. avec ses dix moniteurs.

.../...

4- une installation audio-visuelle comprenant :

- une cabine technique de régie son et image servie par deux techniciens qualifiés et permettant l'enregistrement du son et de l'image et sa diffusion (magnétophone + magnétoscope U.MA.TIC, caméra et équipement adéquat),
- un circuit fermé de télévision avec dix moniteurs en série,
- un téléprojecteur (image projetée agrandie),
- raccordement au système de télématique de type "TELETEL" (France),
- deux photocopieurs de grande capacité avec fourniture du papier nécessaire,
- un équipement mobile portable vidéo pour assurer les reportages avec les fournitures de bandes nécessaires,
- un panneau d'affichage électronique,
- un car vidéo.

5- Implantation matérielle du dispositif.

- infrastructure
- panneaux d'exposition
- podium
- bureaux
- décor (photos de grandes dimensions)
- tableau d'affichage et de cotation pour le fait-divers du jour
- la signalétique nécessaire dans les lieux

FONCTIONNEMENT DU DISPOSITIF.

1- Quinze jours avant l'ouverture du projet, lancement dans la presse des appels sollicitant la participation du public. Cette phase de l'action est accompagnée d'une intense campagne de sensibilisation de l'opinion à l'expérience qui doit se dérouler (participation de l'artiste à de nombreuses interviews, expliquant ce que va être la "Düsselsorf Presse-Agentur" Fred Forest (imaginär incl.) et comment elle va fonctionner dans les jours qui suivent).
Un logo a été dessiné pour l'identification visuelle de l'opération.

.../...

Ce sigle commun servira de signe de reconnaissance aux différents médias.
Tout au long de l'opération, le rôle des supports de presse partenaires visera quotidiennement à dynamiser la participation. Les appels seront lancés une quinzaine de jours avant l'ouverture des lieux. Dès l'ouverture des lieux, les journaux procèderont à la publication des réponses sélectionnées.
Une concertation entre les différents médias partenaires aura préalablement règlé et arrêté déroulement et synchronisation de la campagne. L'opération doit en effet apparaitre pour le public à l'échellon national de façon unifiéé et cohérente. Après la période d'incitation au public, la communication "imaginaire" sera réinjectéesur les supports de la communication "réelle". La presse écrite publie les réponses dans un cadre réservé à cet effet, la radio utilise le matériel sonore des répondeurs, la télévision effectue des compte-rendus journaliers, éventuellement, établit des duplex avec le lieu.

2- un car vidéo parcourt la ville et procède à la collecte de faits-divers dans différents quartiers,

3- un numéro téléphonique national permet de prendre connaissance chaque jour de la nouvelle retenue par le public lors de la séance de cotation.

Durant le déroulement de la manifestation, des rencontres, débats et animations ponctuelles sont organisés sur place :

a) débat de spécialistes des médias et de l'art sur le thème "imaginaire et société",

b) dix artistes et écrivains vedettes sont invités à inventer un fait-divers,

c) improvisation d'un groupe de théâtre sur les faits-divers inventés par le public.

- des autocollants au sigle de la manifestation sont édités et distribués,

- un catalogue de la manifestation tiré en 5000 exemplaires est imprimé et expédié aux institutions culturelles (envoi national et international)

.../...

FINALITE DE L'ACTION.

En interrogeant le fait-divers à travers une action artistique faisant appel à la créativité du public, nous interrogeons en même temps la relation entre l'imaginaire et l'actualité. L'imaginaire social que véhicule les journaux est "réactivé" par différentes opérations de stimulation, de transferts, d'échanges, auxquelles le public est invité à participer. La relation entre la fonction de l'art et celle de l'information est clairement posée et dynamisée.
Le fond archétypique de l'être humain se trouve "spectacularisé" dans l'actualité de tous les jours que nous offrent nos radios, nos journaux, nos télévisions.
Les médias s'approprient de l'art, il est bon que l'art s'approprie des médias...

Projets pour la télévision	1984 (vers)
Document présentant divers projets destinés à la télévision Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA28	

P R O P O S I T I O N S

F R E D F O R E S T

-PORTRAITS FLASH

Portraits de personnalités hors du commun ou inconnues.
Emission réguliére par séries- Durée: 3 à 4 minutes.

Ces portraits doivent être considérés au même titre que le portrait dans la tradition picturale.Ils sont signés par leur auteur en sa qualité d' " artiste".Le traitement des contenus comme de la forme témoigne d'un style singulier identifiable d'un portrait à l'autre.(Cadrages,partis-pris visuels,rythmes de montage,effets,grain,colorisation etc...)
Chacun des portraits réalisés démarre toujours sur un gros plan du visage de la personnalité choisie à qui il est demandé de répondre en une phrase à une question posée.

-INTERSTICE

Durée I'20" à I'40"
Remplace le défunt interlude.

Vidéo d'artiste et T.V doivent éprouver des attirances mutuelles afin que s'effectue une hybridation fructueuse qui introduise le fait artistique pour le grand public.L'interstice introduit des " respirations" indispensables dans le bloc monolithique de la grille des programmes.Il constitue un temps particulier de " non-message" qui joue à l'inverse des temps forts de la "ponctuation" publicitaire.Le moyen,là,utilisé s'ajuste à un espace-temps spécifique crée par le medium télévisuel.Espace-temps dans lequel s'embarque tout téléspectateur dés qu'il s'assoit devant son écran.L'interstice reléve de la métacommunication savamment dosée.Discours aux allures de non-discours sur la télé. Distanciation introduite par un personnage crée à cette intention, sorte de candide cathodique,complice du télépectateur,coincé entre deux émissions comme un cornichon dans un sandwich...
Le personnage est conçu pour permettre la projection-identification du plus grand nombre:au premier degré il affecte un bon sens décourageant,au second degré une corrosivité redoutable...L'essentiel de l'interstice réside essentiellement dans la forme et non dans les contenus.Il ne se passe presque rien pendant ces I minutes 40 S'il se passe quelque chose c'est toujours imperceptible.Le rôle du commentaire consiste précisement à établir une relation complice avec le téléspectateur en faisant en quelque sorte un anti-reportage.Donc occupation du temps,en tant que tel,avec propositions directes et indirectes de la façon dont il pourrait être occupé.

.../.

Il serait exagéré de prétendre que la télévision n'a rien à dire pendant le temps de l'interstice mais en tout cas elle n'a pas grand chose à dire.C'est d'ailleurs là que réside toute la vertu de l'interstice qui " repose ".Présentation d'objets,inventaire de personnes anonymes,énonciation de lieux communs voilà son originalité fondamentale.L'interstice est un genre bâtard qui se partage entre le documentaire ringard et la pub ratée.Il joue simultanément et conjointement sur l'image,le son et le sous-titrage. Jouant de la redondance ou de la contradiction entre ses trois expressions.

Il s'agit là d'idées trés générales sur l'interstice qui ne vaudra bien entendu que de la façon dont il sera traité...Cela m'appartient en propre et je renonce à l'expliquer.Il faut voir.
Question contenus et formes j'ai des idées trés précises nous pourrons en reparler ultérieurement.

-REGARDER L'EVENEMENT PAR L'AUTRE BOUT DE LA CAMERA

Emission de durée variable selon le sujet,produite ponctuellement.

Le concept consiste à aborder un événement par l'envers du décor. Comment Fred Forest,ou tel ou tel artiste ou quidam,perçoit et rend compte un évenement.L'émission se produit en fonction du calendrier qui prévoit dans le temps des dates "remarquables": évenements politiques,sociaux,sportifs.Les contenus ne sont pas traités d'une façon journalistique mais délibéremment avec les partis-pris de la subjectivité...La couleur est clairement annoncée. Ce type d'émission à pour objet,pour ainsi dire,de prendre à contre-pied l'actualité dominante imposée par les media sur des sujets donnés à des moments donnés.Offrant pour ainsi dire en alternative aux téléspectateurs une distanciation complice.

Je suis en mesure de faire visionner une maquette montée et terminée réalisée dans cet esprit sur l'évenement que représente les 24 Heures du Mans.

-LE COMMENTATAIRE

Durée IO à I5 secondes.

Le commentataire est présenté par un commentateur.Ce dernier est doté d'une personnalité singuliére dont l'aspect reste à determiner. (Personnage de synthése ?)Le commentateur intervient comme un speaker super-actif saupoudrant de ses propos le déroulement des programmes et l'actualité du jour.
Le genre proposé ici reléve d'un modéle qui sera spécifique au medium télévisuel

Sur ce projet j'ai des idées trés élaborées que nous pourrons évoquer ultérieurement dans la suite de nos contacts.

.../.

-L'EVENEMENT MEDIATIQUE.

La Télévision dans ce cas de figure ne rend pas uniquement compte de l'événement mais elle le crée véritablement.Elle s'inscrit alors dans un dispositif mediatique,logistique et géographique dont elle constitue l'un des pôles.La configuration de ce dispositif peut affecter de nombreuses possibilités selon les partenanires circonstanciels.L'évenement mediatique vise à établir une interaction entre le public visé,la T.V, et les autres pôles du dispositif.
Nous avons réalisé ce type d'action avec la R.T.B à la demande de Robert Stéphane son Directeur Général,T.V Globo au Brésil, la R.A.I en Italie et FR3 Nord-Pas-deCalais-Picardie

Nous sommes en mesure dans ce domaine de vous proposer la réalisation d'une action de portée internationale qui vous désignera comme une entreprise de communication innovante en matiére de nouveaux types de relation avec le public.

Les cinq projets ci-dessus décrits ont fait l'objet d'un dépôt qui en garanti la protection .Maître Paul Lombard notre avocat est chargé d'en faire respecter la propriété.

Les 100 000 mots	1985
Document présentant un projet conçu pour un partenariat avec les P.T.T. et articulé autour de collectes de mots. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22	

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

Rosle

1985

(1)

Projet Fred Forest.

Titre : les 100.000 mots

Remarque liminaire : La présente étude constitue une première base de travail à partir de laquelle le projet sera développé et définitivement arrêté en cas d'acceptation. Le projet, en conséquence, donnera bien ultérieurement à la production d'une série de propositions. Ces propositions viseront à affiner et à développer les options retenues en fonction des moyens disponibles et des contraintes de réalisation.

Concept et réalisation : L'action est conçue et réalisée par Fred Forest en sa qualité d'artiste de la communication jouissant d'une notoriété internationale dans les milieux de l'art contemporain – artiste dont la pratique depuis une quinzaine d'années s'exerce dans les domaines de la communication multi-media et l'utilisation des nouvelles technologies.

Commanditaire, cadre, lieux, infrastructures, financements :

(fonction ?) ⟶ La Société Littéraire des P.T.T à la personne de sa ~~responsable~~ Josette Y Rosle est le maître d'œuvre de l'opération. L'action aura pour aboutissement une manifestation ~~[illegible]~~ culturelle élaborée autour du livre et de la création littéraire dans les locaux du musée de la poste sur une durée d'un mois.
Elle bénéficiera du soutien et de la collaboration des différents services de la Poste et des Télécom dont elle assumera, avec son équipe, la coordination, la préparation et la maîtrise d'œuvre.

Concept : Production d'un événement culturel de portée nationale visant à sensibiliser différents publics à la création littéraire. (Public spécialisé, public scolaire, grand public ..) L'action s'effectue sous forme d'un vaste jeu requérant la participation et l'utilisation

(2)

des différents services et medias de communication que les Postes et les Télécom mettent au service des usagers.
En l'occurence il s'agira d'inciter les publics à "produire" un certain nombre de mots qui seront collectés afin de constituer une banque de données ... dans laquelle des écrivains seront invités à aller puiser selon des règles données pour produire à leur tour des textes divers.

Déroulement, Fonctionnement :

L'action s'effectue en deux temps :

1er Temps : a) Mise en place du dispositif de communication qui constituera la structure d'échange et de collecte des mots. Cette structure met en oeuvre différents medias simultanément : chaîne postale, répondeurs-enregistreurs téléphoniques, service de messagerie télématique.

b) Lancement public du projet - campagne nationale d'incitation et d'information à la participation des usagers : Presse écrite, radio, affiches et présentoirs spécifiques dans les bureaux de poste à l'échelle nationale.

c) Collecte des mots. Saisie des données - Constitution d'un stock et d'une banque de mots

d) Selon certains règles du jeu à définir par la suite mise à disposition de ce stock auprès d'écrivains sélectionnés

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

(3)

2ème Temps -

- Mustration, exposition, animation de l'expérience sur la durée d'un mois dans les locaux du musée de la poste qui accueille la manifestation sous une date qui reste à définir.

Esprit : "Gutenberg, ici, peut cohabiter avec Mc Luhan".

Environnement : Mise en forme de l'exposition - animation :

- Réalisation de panneaux explicitant l'expérience et restituant ses résultats - (l'univers des mots...)

- Batterie de minitels mis en scène dans l'espace du musée permettant aux visiteurs d'accéder à la banque de données constituée - De confectionner aussi des textes et de conserver la trace grâce aux imprimants - Un grand écran permet de suivre les travaux engagés.

- Un service spécial de minitels est installé dans un espace différent, comme un service de consultation d'une dizaine d'oeuvres littéraires choisies. Dans la présentation le livre et le minitel sont organiquement et solidairement associés par une structure commune -

- Des machines utilisées dans le tri postal (comme des sortes de machines de Tinguely...) sont exposées en fonctionnement. Ce fonctionnement est détourné : il sert à manipuler des mots. Les mots sont matérialisés sous forme de cartes postales, de lettres, de paquets, de boulles de papiers ... dans une sorte de ronde

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

(4)

en mouvement permanent et en circuit fermé.
La "machine" est donc, elle-même, un élément déterminant de l'animation ludique comme une "sculpture" animée qui véhicule les mots et les pensées que les visiteurs peuvent lui confier...

Animation :

- selon un calendrier établi, intervention programmée, d'un écrivain dialoguant à distance avec des personnes se trouvant dans différents lieux en province sur un plateau animé par un journaliste spécialisé.

  - visiophone
  - vidéotransmission
  - TV
  - Radio
  - Téléphone
  - minitel.
  - etc...

Pour la durée de l'opération une chaîne de radio nationale est associée à l'animation (France culture?) des radios locales peuvent être également associées ponctuellement et circonstanciellement.

Objectifs et résultats attendus :

- Conforter l'image des Postes et Télécommunications dans un lien fortement affirmé des cultures opérations à la culture humaniste, la convivialité, l'interactivité, la participation et la création collective.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

(5)

- Mettre en valeur les différents services de communication que les Postes et Télécommunications qui suivent et devancent même le progrès, mettent aujourd'hui, à la disposition des usagers.

- Fédérer dans une action commune toutes les associations des PTT (sociales, sportives, culturelles...) lesquelles seront à travers leurs adhérents le point de départ de la chaîne ~~de mots~~ postale des 100.000 mots...

- Créer un événement national dont l'originalité et le rapport à la culture sera porteur d'un retentissement médiatique important.

Moyens nécessaires :

Budget spécifique à dégager :

- Personnel nécessaire au fonctionnement et à la préparation de l'opération.
- Achat d'espace dans au moins deux supports de la presse quotidienne - (Le Monde, France Soir + la presse)
- ~~Rémunération de l'~~ Honoraires de l'artiste.
- Collaboration des différents services techniques des PTT

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

(6)

Contrat avec l'artiste :

Le projet fait l'objet d'un contrat avec l'artiste déterminant les modalités de ses interventions et de son action –

– L'acceptation du projet donne lieu au règlement immédiat d'une somme de 10.000 francs au titre de la présente étude –

– Le montant total de sa prestation est déterminé à un total de 70.000 francs ~~dont le~~ règlement sera ventilé par ~~[illegible]~~ tranches successives – La dernière tranche le jour de la fin de l'opération

L'artiste en offrant sa propre image offre de mettre en avant la dimension esthétique des nouveaux moyens de communication, ses contacts internationaux dans les milieux de l'art et de l'université à l'échelle nationale et internationale

→ Le montant total des honoraires représente :

- l'élaboration du concept de base
- l'organisation de la manifestation / concept méthodologique
- la rédaction des études et des différents textes
- la présence aux séances de préparation.
- la présence lors des animations.
- les contacts presse pour la promotion et l'information.

Quelqu’un ne dit pas la vérité ici	Après 1985
Document présentant un projet de « prestation » autour de la thématique du temps. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22	

1985 (après) Quelqu'un ne dit pas la vérité ici
Document tapuscrit, « Projet Fred Forest. La prestation de Fred Forest artiste de la communication sera constituée par une performance … », page 01/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22

PROJET FRED FOREST

La prestation de Fred Forest "artiste de la communication" sera constituée par une performance suivie d'une information qu'il fera sur sa démarche qui s'est développée dans les champs définis par l'Art Sociologique puis de l'Esthétique de la communication.
Fred Forest est titulaire d'un Doctorat d'Etat soutenu à l'Université de la Sorbonne. Il est le premier artiste français ayant utilisé la vidéo et cela depuis 1969. Il a obtenu le prix de la communication à la XII biennale de Sao-Paulo, il a représenté la France à la biennale de Venise en 1976, il a participé à la Documenta 6 de Kassel.

PERFORMANCE/

Titre : " Quelqu'un ne dit pas la vérité ici"

Durée : Cinq à dix minutes.

Finalité : Tous les éléments ci-dessous décrits font l'objet d'une mise en situation dont le but ultime est de nous questionner sur la "relativité" du Temps.

Dispositif:

Mise en oeuvre simultanée de trois liaisons téléphoniques amplifiées avec:
- l'horloge parlante de New-York.
- l'horloge parlante de Paris.
- l'horloge parlante d'Athénes.

- Utilisation d'une cassette son pré-enrégistrée. Introduite dans un lecteur de cassette elle diffusera d'une façon continue une suite de messages.
- Un circuit fermé de T.V renverra sur un moniteur (ou encore mieux sur grand écran par téléprojection) l'image d'un sablier posé sur une table qui se vide...
- Utilisation d'un réveil-matin dont le tic-tac est amplifié par un micro de contact.

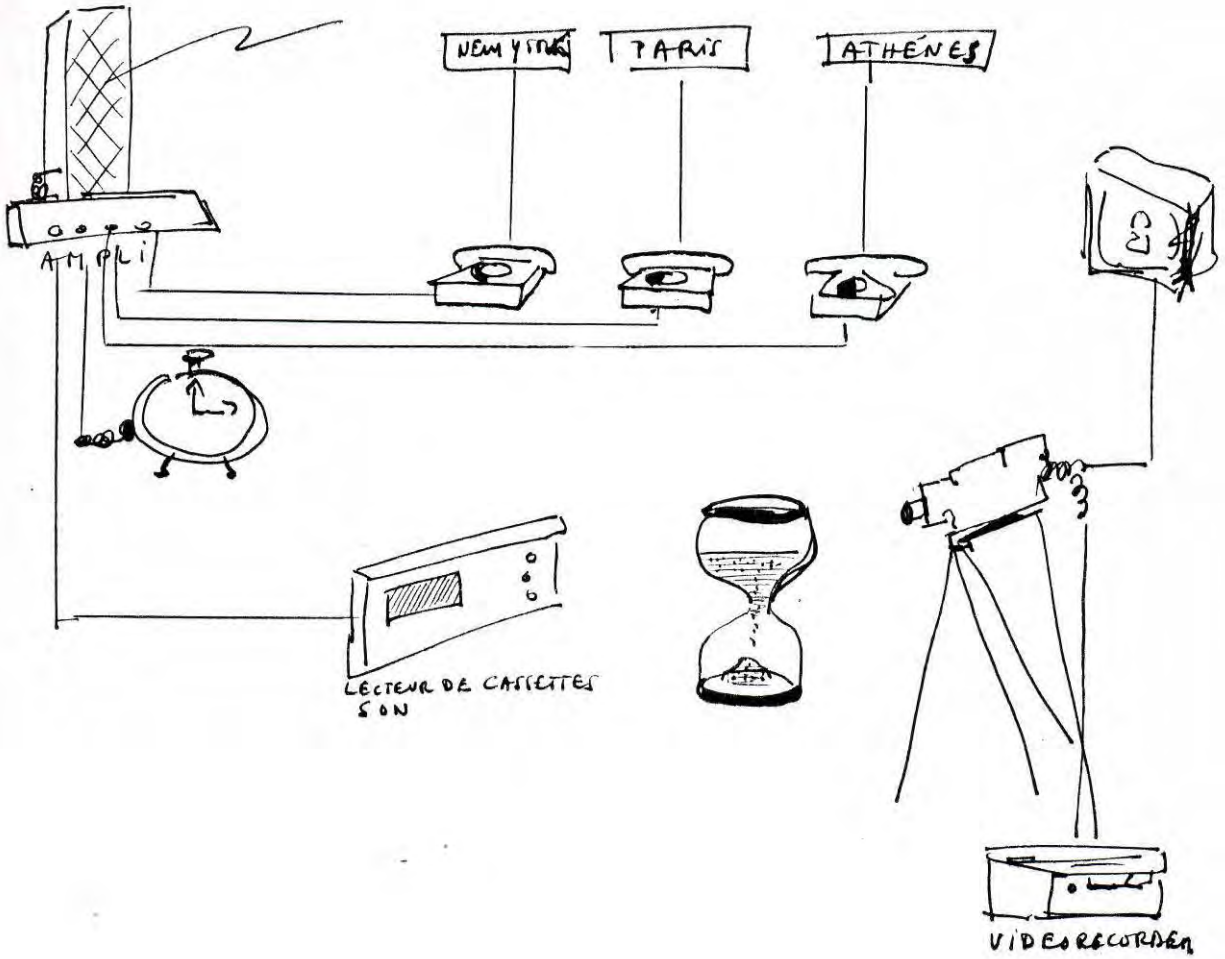
1985 (après) Quelqu'un ne dit pas la vérité ici
Document tapuscrit, « Projet Fred Forest. La prestation de Fred Forest artiste de la communication sera constituée par une performance … » et plan manuscrit du dispositif, page 02/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22

Descriptif des besoins:

- 3 lignes téléphoniques amplifiées dans la salle reliées directement au réseau interurbain et international.
- Une caméra vidéo fonctionnant en circuit fermé tout en enrégistrant.
- Un moniteur(ouplusieurs moniteurs en série) ou un téléprojecteur.
- Un lecteur de cassettes son.
- Un micro de contact.
- Un ampli et un systéme de sonorisation.

- Un espace scénique sommaire à aménager disposant d'un éclairage onctuel.

Schéma de mise en place:



Le vidéopéra	1986
Document présentant un projet conçu pour l'Opéra Garnier, à Paris. A rapprocher de *Vidéopéra*, action non réalisée, proposée à la Galerie Françoise Friedrich, à Cologne, en 1983. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22	

LE VIDEOPERA / PROJET FRED FOREST

Depôt SPADEM I/86/2404

PREAMBULE : Ce document à pour but d'esquisser les grandes lignes d'une création qui aurait pour cadre, et en quelque sorte pour sujet, l'Opéra de Paris. Il constitue une premiére base de travail susceptible de tous les aménagements et apports complémentaires nécessaires.

PROPOS : Création d'un " Spectacle " original par un artiste d'avant-garde issu du milieu des arts plastiques et dont la démarche s'appuie, depuis une dizaine d'années, sur le développement des nouvelles technologies de communication; Audience et activités internationales.

OBJECTIFS : Cette manifestation de caractére résolumment moderne vise, par sa forme même, à créer un évenement national et international. Evénement culturel de premier plan qui n'exclue pas un certain esprit de provocation, contrôlé, qui en assurera lessuccés auprés des medias. Il s'agira, en effet, de jeter un pont entre le passé et notre présent quotidien pour mettre en évidence comment une forme d'art aussi aboutie et traditionnelle qu'un opéra est susceptible d'une " transposition " qui s'adapte à la fois aux moyens actuels, aux préoccupations et à l'esprit de notre époque.
Ce projet par le choix délibéré de créateurs impliqués dans l'actualité "turbulente" de l'art mais aussi dans les recherches les plus fondamentales de notre temps. démontrera, s'il en était besoin, la vitalité et l'ouverture d'esprit de la direction du Théatre National de Paris avec une telle option. En cela même, et par le retentissement attendu, il contribuera au rayonnement de cette institution prestigieuse en y ajoutant une touche supplémentaire concernant notre modernité.
La conception du spectacle envisagé présente, par ailleurs, l'avantage de mettre en scéne et en valeur la structure architecturale d'ensemble du Palais Garnier dans son volume intérieur. En exposant l'envers du décor auquel le public n'accéde pas généralement il en dévoile les richesses et sa propre dimension d'imaginaire.

FORME : L'espace scénique utilisé (simultanément et chronologiquement à l'aide des dispositifs de communication technologiques) se décompose en trois surfaces de réalisation.

I- L'espace géographique social et planétaire total.
2- L'espace architectural intérieur du Palis Garnier (les différents lieux de spectacle, de réception, de service, de circulation choisis à tous les étages).
3- L'espace du plateau de la salle.

Ces différents espaces sont mis en relation tout au long du spectacle: circuits fermés de T.V, vidéotransmission, slow-scan, télématique, téléphones, radio locales, télécopie, téléscripteurs d'agence de presse...

CONCEPT :Le concept du projet repose d'une part sur un échange permanent d'informations:Une mise en scéne éclatée dans lés espaces déterminés,une convergence vers le le plateau où s'effectue l'homogéinisation et la restitution globale de l'information et son traitement, et d'autre part une circulation des acteurs et d'une partie du public qui relève du jeu de piste.

Contenus :L'actualité du jour(ou de la semaine) et son information est mise en scéne et constitue la"matiére premiére"du spectacle qui est une sorte de "collage" musical qui fait intervenir aussi bien des airs d'opéras célébres que leur transposition directe par des machines électroniques.
Les acteurs(chanteurs,danseurs)sont constitués en trois groupes autonomes symbolisant trois entités: Le Passé,le Présent,le Futur.Ces trois groupes auront à se déplacer selon des itinéraires et des programmations prévus dans une circulation continue à travers les différents lieux déterminés.Ces lieux à quelques aménagements prés resteront dans leur état actuel.
Chacun d'entre-eux pourrait éventuellement être confié à la"gestion" d'un artiste,conçu selon des critéres de sa démarche personnelle en respectant le théme et les contraintes imposés.Fred Forest aurait la responsabilité de leur désignation.afin que cette intervention s'intégre au spectacle d'ensemble dont il assure la création et l'orchestration.en sa qualité d'artiste de la communication.
Le groupe Passé tout au long du spectacle énumére des faits historiques et les joue.
Le groupe Présent récite les dépêches d'agence qui lui sont amenées au fur et à mesure qu'elles tombent sur les téléscripteurs.(Dans le dispositif prévu un lieu -lui-même mis en scéne-est réservé à la concentration d'une batterie de cinquante téléscripteurs sur lesquels aboutissent les nouvelles du monde).
Le groupe Futur execute des variations vocales sur une série de mots limitée qui reviennent cycliquement dans ses interventions.Des mots tels que le mot : demain.Dont la répétition inlassable tout au long du du spectacle vise à un effet incantatoire.
Les acteurs(et peut-être aussi le public qui se déplace par petits groupes sous la conduite d'un guide-chanteur)sont munis de casques portatifs.
Des équipes mobiles vidéo et leurs éclairages autonomes assurent la couverture visuelle et sonore des lieux d'où ils opérent.Un circuit fermé permet à partir d'une régie centrale de traiter l'information générée pour la"redispacher"sur le plateau central.
Chaque équipe vidéo(2 caméras) est considérée comme acteur dans la situation crée.

FONCTIONNEMENT..: A partir des schémas proposés différents types de déroulement du scénario peuvent être adoptés.
Pour ce qu'il est de l'ordre chronologique,où simultané,ou encore alterné ils peuvent tous être mis en oeuvre au cours d'un tel spectacle.A ce stade du projet il serait prématuré de le fixer, comme de fixer l'itinéraire suivi par les protagonistes puisque les différents lieux-stations ne sont pas encore choisis.

Nous pouvons toutefois indiquer les différents fonctions des trois espaces scéniques délimités:

-l'espace géographique social et planétaire total:
quelques exemples plausibles d'images intégrées en direct dans le spectacle:
- match de foot-ball duParc des Princes.
- interieur du B.H.V
- une rue de Tokyo
- la bourse de new-York.

-le plateau de la salle:
constitue le lieu de convergence et de virtualisation de traitement de toutes les informations générées.

Une régie centralise et redistribue sous la direction de Fred Forest en temps réel la matiére ainsi produite qui se constitue en spectacle.Cette régie est apparente et fait partie,elle-même,du spectacle. C'est à cette régie qu'aboutissent tous les systémes de communication mis en oeuvre.
Le"final"donne lieu à une"reconcentration" sur le plateau de toutes les participations humaines requises.Sur les écrans les autres lieux apparaissent vides de toute présence...

-les espaces intérieurs du Palais Garnier:
dans l'itinéraire qui aura été choisi ils s'articulent les uns aux autres et constituent autant de "stations"

REMARQUES.....: Il s'agit là d'une premiére proposition au stade initial qui ne préjuge pas des apports complémentaires et périphériques qui pourraient l'enrichir.Dans notre esprit ce projet devrait être encore capable d'intégrer d'autres éléménts et facteurs essentiels propres à notre démarche dans le cadre développé de l'Esthétique de la communication.Ce projet pour nous n'est pas seulement un " spectacle" produit tel que nous l'envisageons mais un événement de communication social et culturel.Cet aspect spécifique demande aussi la mise en place d'un dispositif et d'une stratégie que nous nous réservons de développer dans une phase suivante.Cette premiére étape permettant d'établir les bases d'une relation institutionnele indispensable à l'élaboration et la réalisation d'un tel projet.

PROJET FRED FOREST

PRINCIPE : " L'Ambulopéra " ou "Vidéopéra " est un opéra qui se déroule sur une durée continue de trois mois en différents lieux et dont le final s'effectue en une seule journée, sept heures consécutives, dans l'enceinte du Palais Garnier à Paris.

OBJECTIFS : La mise en place du projet répond aux objectifs suivants:

- Création d'un spectacle qui en matière de théâtre lyrique rende compte du passage de la tradition à notre modernité.
- Création d'un événement de communication culturel à l'échelle nationale et internationale. L'espace de l'Opéra de Paris s'élargissant, en la circonstance, à l'espace géographique planétaire ainsi qu'à l'espace de communication entretenu par l'actualité et ses multiples supports d'informations.
- Création des conditions d'une exploration itinérante par le public du volume intérieur du Palais Garnier du sous-sol aux combles. Révélation des coulisses et divers services de l'Opéra que le public ignore généralement. Cette "exploration" s'effectuant à l'occasion d'une opération "portes ouvertes" dont le projet proposé constitue l'argument à travers l'action artistique offerte.
- Création des conditions visant à une expérimentation originale de différentes technologies de communication actuelles, les plus sophistiquées, mises en oeuvre dans un des haut-lieux de la culture et de la tradition. L'utilisation de ces technologies visant à questionner l'art lyrique dans sa capacité à se "réactualiser" dans des formes nouvelles.

ESPRIT : Le monde autour de nous ne peut plus être considéré comme un univers fragmenté composé de multiples objets. Il doit être exprimé par l'artiste dans son caractére global comme un tout indivisible et dynamique. Ce qui donne sens et ce qui importe ce n'est plus tant l'objet en lui-même mais le faisceau de relations qui les relie. Le travail artistique s'exerce sur les intervalles et la mise en rapport des différents " fragments" intégrés dans une trâme qui constitue l'oeuvre proposée. Il s'agit, en quelque sorte, d'exposer et de développer des systémes de relations qui seront visualisés et mis en évidence dans l'espace du plateau central. L'action offerte est conçue et doit apparaître pour le public comme un tissu d'événements interconnectés. Ce sera finalement au niveau du vécu du spectacle et de sa structure spatio-temporelle que devra se dégager la cohérence des interactions mises en jeu. Différents points de vue sont proposés selon la "position" occupée par le spectateur qui se trouve placé, tour à tour, dans une situation de mobilité dans le parcours, appréhendant, les unes aprés les autres les étapes scéniques dont il devient alors un protagoniste virtuel ou en situation statique pour une prise d'information globale dans la salle, lieu de convergence central et de mise en forme finale des différentes situations crées.

CONCEPTION : La forme de cet " opéra" (il faut en convenir d'un genre bien particulier...) relève des formes traditionnelles de cet art par la musique, les chants, les danses, les jeux d'acteurs "empruntés" au répértoire pour en restituer une sorte de panorama historique en raccourci mais il est fait appel à la technologie la plus avancée en matière d'effets sonores et visuels pour reconvertir ce matériau identifié sous des formes nouvelles par sa transposition à l'aide de synthétiseurs et de régies vidéo mis en oeuvre sur place.

Les technologies de communication utilisées, indépendamment des effets visuels et sonores recherchés, constitueront l'infrastructure indispensable en vue de réaliser, en temps réel, la mise en relation simultanée de différents espaces.
Ces espaces étant les différents lieux à l'intérieur de l'Opéra qui jalonnent l'itinéraire de circulation arrêté mais également des lieux extérieurs proches: Café de la Paix, Drugstor Opéra, couloirs du métro, et également un ou deux lieux (Milan, New-York, Marseille ou...Perpignan) distants, par vidéotransmission.

"L'Ambulopéra" vise donc à une appropriation d'un espace physique total mais, aussi, il tend à se saisir de la dimension même du temps dont il propose d'en réorganiser les fragments au cours de son déroulement selon une logique spécifique à son propos.
Un des buts de notre action artistique étant précisement de questionner les " conventions" et " certitudes " de notre perception courante pour tenter par des " téléscopages " de mettre en évidence troubles et émotions que suscitent en nous les notions de simultanéité, celles de direct et de différé, celles, encore, de présence-absence auxquelles nous confrontent déjà dans le quotidien les nouvelles technologies.
"L'Ambulopéra" se propose d'introduire dans son dispositif de fonctionnement les modalités optima d'une relation interactive par l'utilisation adéquate de tous les systémes technologiques.

DEROULEMENT ET ORGANISATION DE L'ACTION :

L'action se décompose en deux temps:

I-Temps I Ce temps premier qui se déroule sur une durée de 90 jours (trois mois) fait surgir les protagonistes principaux en différents lieux du globe.
Chacune de ses apparitions, mise en scéne, répond à deux buts spécifiques:
- Création d'un événement destiné par son caractére insolite ou original à être repris par les medias

internationaux de grande information contribuant ainsi à fonder l'existence des personnages de l'Ambulopéra dans leur rapport à la réalité sociale.
Par exemple:apparition et manifestation du chanteur ou du danseur en costume d'époque dans le hall de l'aéoroport Kennedy de New-York...
-Enrégistrement d'images et de séquences destinées à être diffusées et exploitées lors de la phase finale.

Ce premier temps est programmé comme une campagne de presse faisant l'objet d'un scénario pré-établi.Aussi,d'un dispositif permanent d'informations destiné à la presse à qui est ainsi fourni,d'une façon continue,la trâme narrative de l'action en cours.Cette action d'activation des medias constitue en elle-même oeuvre de création et d'animation de l'information,partie intégrante de cette nouvelle forme d'opéra.
Pour récapituler:

a) Création d'événements dans l'espace social international à l'occasion desquels les protagonistes de l'Ambulopérasurgissent,se manifestent et prennent corps et existence.

b) Systéme permanent d'information qui explicite au fur et à mesure de leur réalisation le sens de ces interventions et leur place les unes par rapport aux autres dans la trâme narrative.Systéme d'information élaboré d'une façon précise et dont les destinataires sont bien entendu les medias de toutes natures afin qu'ils répercutent sur leurs publics cette " histoire" entrain de naître et de se développer.
Des accords de production seront passés préalablement avec d'importants groupes de presse pour assurer le fonctionnement médiatique prévu.

Autrement dit, tout au long de ces 90 jours surviennent, ici et là, des actions de notre Ambulopéra dontla relation est assurée par la presse au fur et à mesure de leur virtualisation. C'est-à-dire que dès le démarrage des faits, des personnages, des situations qui naissent, ici où là, de manière isolée sont déjà la matière, le substrat de notre opéra en cours de constitution. Durant ces trois mois tout converge déjà dans un long mouvement temporel vers cette journée-clef de sept heures consécutives qui se déroule dans l'Opéra de Paris.

AAu risque de me répéter il me paraît nécessaire d'insister encore sur le caractére spécifique et essentiel de cette phase de notre opéra où le livret se constitue, fragment par fragment, dans la presse. En tout état de cause la mise en oeuvre du projet à ce titre demande l'élaboration d'une étude poussée qui n'est pas notre objet ici. Ce travail en vue de l'élaboration d'un tel document s'engagera, immédiatement, aprés un accord qui enterinera l'acceptation de l'institution. Néanmoins l'action analogue que nous avons réalisé avec le Centre Georges Pompidou peut constituer un exemple de notre savoir-faire dans ce domaine.

- II Temps II :

Le Temps II de l'Ambulopéra constitue le point d'aboutissement de cette action de presse de 90 jours et de notre opéra dont la totalité des informations générées vont maintenant se concentrer et se révéler en une journée finale dans une durée continue de sept heures. Les personnages centraux qui étaient intervenus dans tel ou tel lieu, ici ou là, à la surface du globe et dont l'existence était essentiellement médiatique vont arriver les uns aprés les autres. Avant de parvenir jusqu'à l'espace du plateau central où ils vont émerger à tour de rôle ils auront à parcourir un itinéraire à l' intérieur du Palais Garnier. Cet itinéraire est aussi une sorte de parcours initiatique. Avant d'accéder au plateau les différents acteurs de notre opéra qui circuleront dans les deux sens du circuit établi seront en liaison vidéo avec ce plateau.

L'action continue à se développer d'une façon active mettant en présence les acteurs dont les rencontres suscitent des situations particuliéres selon la nature des personnages mis en présence et le lieu où ces rencontres s'effectuent.
C'est le même itinéraire que le public parcours dans un sens donné sans jamais,quant à lui,revenir en arriére. Ce parcours s'effectue par groupes successifs d'une trentaine de personnes placées sous la conduite d'un guide-chanteur.

L'ITINERAIRE:

Son circuit définitif reste à fixer.L'on peut cependant considérer qu'il est constitué par un certain nombres de lieux-stations .
Ces stations se trouvent à différents niveaux de l'Opéra .Le passage d'une station à l'autre s'effectue par une progression dans une série de couloirs fléchés.

-Salle des machines.
-Crypte à l'aplomb du grand lustre.
-Salle des cabestans.
-Salons et foyers à l'arrière du plateau.
-Grils.

Ces lieux sont essentiellement mis en scéne par des éclairages.

Il s'agit,là,de lieux qui se situent en quelque sorte en arrière du plateau dans le " ventre " du bâtiment.C'est dans ces lieux que s'exacerbent les angoisses et les passions humaines...

Dans les espaces " plus aérés" et plus " claires " qui se situent côté entrée du public une série de lieux-stations sont également établis et localisés.L'on retrouve et l'on identifie des "ilôts" qui représentent les quatre éléments naturels:

-L'Eau.
-Le Feu.
-L'Air.
-La Terre.

Chacun de ses "ilôts" constitue,en lui-même,une installation spécifique,une oeuvre créee pour la circonstance comme " environnement " plastique par Fred Forest.

Localisés dans un lieu adéquat se retrouveront aussi deux services nécessaires au fonctionnement de l'Ambulopéra.

Le service des agences de presse: Il s'agit d'une salle où aboutissent un certain nombre de terminaux sur lesquels tombent les depêches du monde entier. Celles-ci sont immédiatement confiées à des messagers qui partent en courant pour les remettre dans un ballet incessant aux choeurs de récitants qui tout au long du spectacle plasmodie ainsi l'actualité du jour.

Le service de la télématique: Des minitels balisent le parcours et permettent au public d'exprimer certaines indications qui peuvent incider sur le déroulement de l'opéra selon des paramétres que nous avons choisis. Une radio nationale ou locale pourrait couvrir l'opéra et inviter tout au long de son déroulement le public à intervenir par minitel.

LE PLATEAU CENTRAL DE LA SALLE:

Il s'agit là du point central où convergent l'ensemble des informations qui donnent sa cohérence et son sens à l'Ambulopéra par juxtaposition et mise en relation des différentes situations produites. Des personnages qui cherchent à se rejoindre dans le dédale où ils sont engagés se rencontrent sur cet espace mediatique aménagé, tentent de repérer leurs positions géographiques respectives et se concertent pour mettre au point une stratégie pour se retrouver dans le même espace et le même temps!

Le décor est constitué par une débauche de gadgets électroniques, des murs de téléviseurs, une régie futuriste et spectaculaire suspendue dans les airs à partir de laquelle "officie" Fred Forest.

Sur le plateau est également aménagé un poste de commentateur(s). Ce poste est occupé en permanence par un journaliste-vedette qui effectue un reportage continue dans lequel sont intégrées les informations de l'actualité. L'on peut même imaginer que le journal T.V se réalise ce jour là sur le plateau de l'Opéra faisant partie intégrante de l'Ambulopéra.

-Des écrans-géants permettent une visualisation à l'échelle de la salle et permettent de suivre dans la simultaneité des lieux l'ensemble des actions engagées.

ARGUMENT ET PERSONNAGES:

C'est l'actualité même du jour qui constitue le matériau de base et les contenus de l'Ambulopéra.Sur ce support viennent se plaquer et s'intégrer sous forme de " collages "des éléments du repertoire lyrique.

Les personnages spécifiques de l'Ambulopéra sont:

-Un couple.....Un Homme. .....à vingt ans.
Une Femme.....

Les mêmes.....à quarante ans.
Les mêmes encore.....à soixante dix ans.

Soit six personnes car les situations crées mettent en présence les personnages en face d'eux-mêmes ou de leurs partenaires à des âges différents.

-Des personnages symboliques.

- Le Passé.
- Le Présent.
- Le Futur.
- Le Feu.
- L'Eau.
- La Terre.
- Le (ou les) journalistes.

-Les chanteurs et danseurs chargés d'interpréter les éléments du repertoire.

-Les choristes.

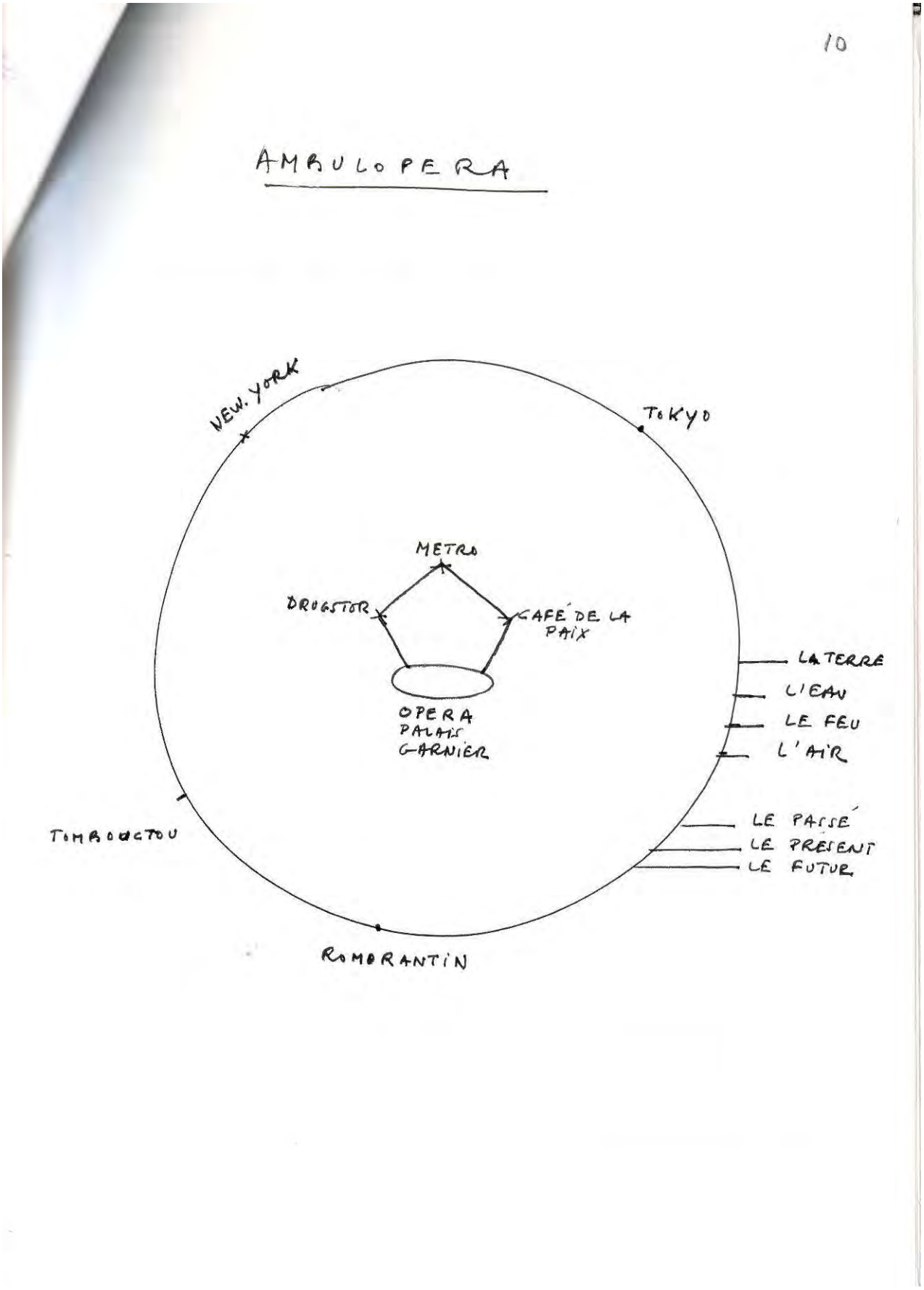
-Des figurants divers: messagers, portiers, chefs d'état d'hier et d'aujourd'hui qui viennent, tour à tour lire, des discours.

STRUCTURE DE DEROULEMENT:

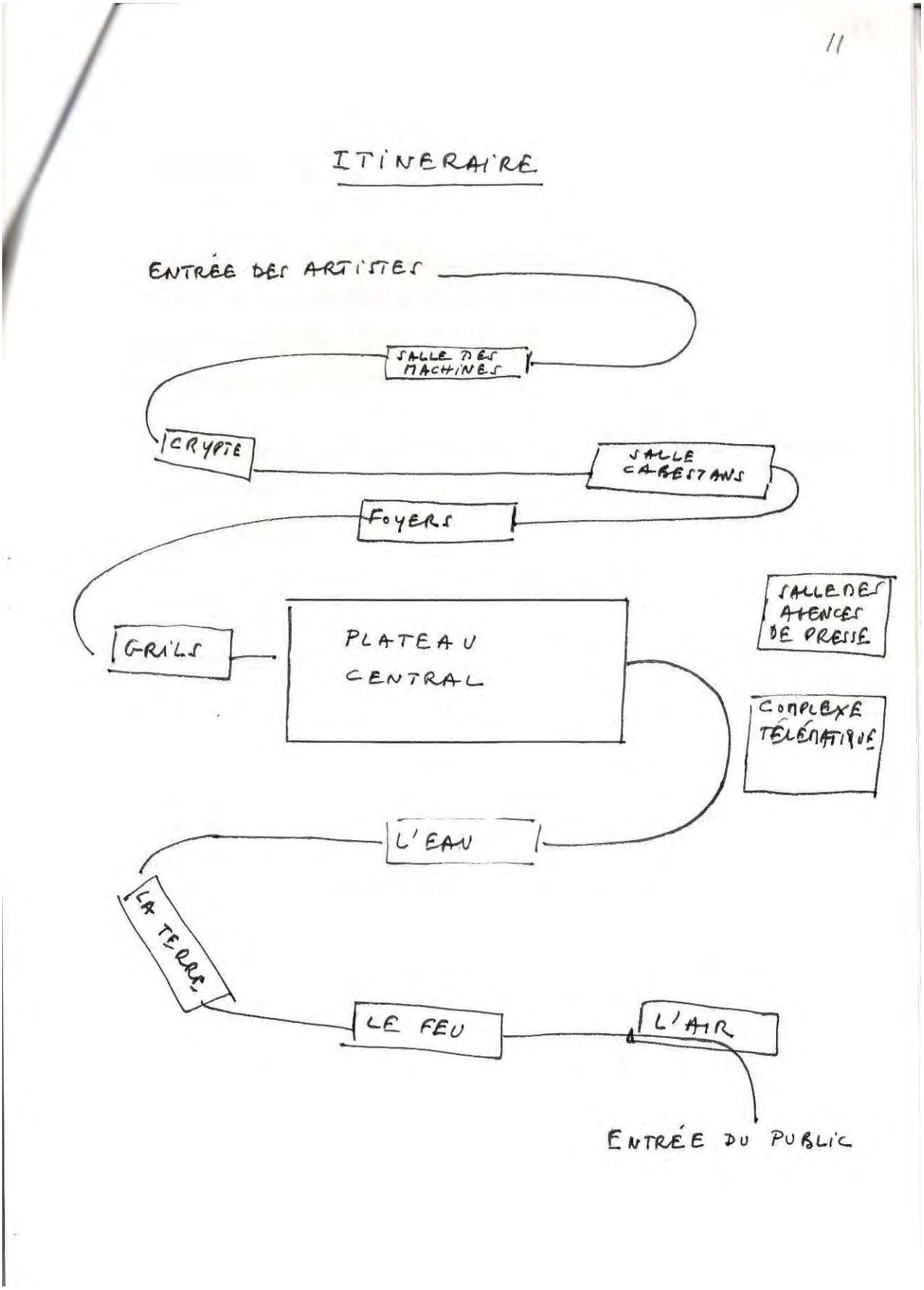
-Les interventions des acteurs sont programmées selon un scénario établi.Elles sont cycliques tout au long dessept heures.Des plages de repos ou non-actions sont occupées par des temps morts délibérés.Ces temps sont utilisés par la diffusion de circuits fermés T.V en direct:Public en visite dans les couloirs de l' Opéra,les consommateurs du Café de la Paix,l'agent qui régle la circulation sur la place etc... Egalement par la diffusion des documents qui ont été enrégistrés lors de la phase I.

Un certain nombre de personnalités du monde intellectuel,politique, sportif,médiatique,publicitaire,industriel interviendraient personnellement dans l'Ambulopéra dans leur propre domaine de compétence au niveau du geste ou de la parole.Ces interventions constituant une sorte de ponctuation tout au long de la journée seront d'une durée normalisée de quinze minutes à partir d'une tribune scénique crée pour cette fonction.

1986 Le vidéopéra (Opéra Garnier, Paris)
Document tapuscrit « Projet Fred Forest. Principe : L'Ambulopéra ou Vidéopéra… », page 10/ 12 (plan manuscrit du dispositif 1)
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 0013262INA22



1986 Le vidéopéra (Opéra Garnier, Paris)
Document tapuscrit « Projet Fred Forest. Principe : L'Ambulopéra ou Vidéopéra… », page 11/12 (plan manuscrit du dispositif 2)
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 0013262INA22



PROPOSITIONS DE PARTICIPATION ET D'ORGANISATION:

sous réserved'acceptation:

-Concepteur de l'action et de sa mise en scéne: Fred Forest.

-Responsable et concepteur de la trame musicale:Philippe Godefroid.

-Régisseur général: Christian Sevette

-Commentaire:Yves Mourousi.

Participation au niveau d'un espace défini les artistes suivants:

Marc Denjean.
Jean-Marc Philippe.
Natan Karczmar.
Aldo Spinelli.
Le groupe de Toronto sous la conduite de Derrick de Kerckhove directeur du Marshall Mc Luhan.
Christian Sevette.

L E V I D E O P E R A

proposition de Fred Forest artiste plasticien et de la communication.

Le Vidéopéra ou Opéra du XXI siècle ressemble encore par bien des aspects à un opéra. Il s'agit,certes,toujours de grande musique, de chant, de spectacle ...mais le Vidéopéra se présente et s'affirme avant tout comme un événement mediatique.
Evénement mediatique constituant une création totalisatrice et globale.
Evénement multimedia qui vise à déborder dans l'espace de l'information relevant des mass-media où se constituera,en quelque sorte , l'épaisseur romanesque de ses protagonistes.Comme les nouvelles du jour,ou les faits divers,le livret s'écrit dans votre journal...
En utilisant d'une manière spécifique les techniques,les supports, les pratiques,les réseaux de la communication moderne cet opéra investit un autre temps, un autre espace, un autre public.Tout en respectant la structure formelle du genre il se propose d'en renouveler la pratique en lui donnant une dimension contemporaine.
L'action du Vidéopéra ne se circonscrit pas uniquement au plateau d'un théâtre.Elle se situe dans divers espaces géographiques.Elle se situe dans les lieux de la vie.C'est ensuite la presse(stimulée par notre propre systéme et stratégie de communication) T.V,radios, journaux qui en rend compte au jour le jour.Dans cette phase préalable le Vidéopéra se déroule dans l'information,étroitement lié à l'actualité.
Ces hommes et ces femmes qui sont les héros de notre opéra moderne vivent furieusement, ou banalement, comme nous vivons nous-mêmes...
Leur profil se précise,se façonne,prend existence et consistance romanesque à travers les relations de presse, les articles qui font suite aux différentes actions que nous avons programmées à cette fin.
Ces héros qui nous ressemblent comme des fréres jumeaux par leurs comportements,leurs angoisses,leurs espoirs,leurs vêtements,leurs gestes se poursuivent,s'aiment,se quittent,se retrouvent,se perdent au rytme de l'actualité orchestrée par le systéme mediatique.
Cela tout au long d'un cycle temporel de 90 à 365 jours qui constitue

la phase initiale du Vidéopéra.Le premier opéra mondial à se dérouler dans une telle durée...On saute d'un avion à un autre avec Benjamin entre Caracas et Paris,on rencontre sa femme qu'il ne connaît pas encore à la terrasse d'un bistrot romain,on accompagne Judith à la nocturne du B.H.V et on participe avec Ingrid à la manif écolo que les "verts" organise en R.F.A. Les fils de leurs destins se croisent et s'entrecroisent.Leur passé rattrappe leur présent et...plonge vers leur avenir. Sur leurs chemins apparaissent de grandes figures mythiques et symboliques qui hochent sentencieusement de la tête sans que ces signes soient interprêtés explicitement.Le sacré se mêle au profane sur fond de juke-box,minitel et images de synthése.

L'Opéra de Paris constitue dans le dispositif monté le lieu géométrique de toute l'action concentré.Lieu nodal et terminal vers lequel converge et progresse inéluctablement la totalité des informations produites. La vidéo,en effet, a suivi tous nos personnages à la trace,mémorisée et archivée leurs moindres gestes.Le processus lancé va aboutir à la mise à plat et à la mise en relation de toutes les situations crées. Le mécanisme temporel de mise en scéne aboutit à un spectacle final où seront révéles et traités l'ensemble des éléments produits.

Ce spectacle se réalise en sept heures continues au cours d'une journée porte-ouverte dans le Palais Garnier.Le volume entier de l'architecture du bâtiment est utilisé,et non seulement le plateau,mettant en valeur des sous-sols aux combles la richesse des lieux inconnus du public.

Ce spectacle de sept heures est mené tambours battants comme un reportage par Yves Mourousi.La techonologie de communication(le visuel et le sonore) est elle-même mise en scéne.Des systémes de vidéo en circuits fermés permettent la mise en relation en temps réel et differé des différents lieux.

Le concept du spectacle est fondé sur l'idée que le monde autour de nous ne peut plus être considéré comme un univers fragmenté.Il appartient précisement à l'artiste de l'exprimer dans son caractére global comme un tout indivisible.Ce qui fait sens et ce qui importe ce n'est plus temps l'objet en lui-même que le faisceau de relations qui les relie.

J’arrête le temps ou Opéramédia	1985-1986

Document présentant un projet autour des notions de temps et d’espace.
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA20

Projet à rapprocher des différentes déclinaisons suivantes :

- Œuvre réalisée :

1998 *J’arrête le temps*

- Projets non réalisés :

1983 *Arrêtez le temps et redevenez vous-même*
1983 *J’arrête le temps*
1986 *J’arrête le temps* ou *Métropéra* (prévu pour Cologne)
1987 *J’arrête le temps*
1991 *J’ai décidé d’arrêter le temps*
1991-92 *J’arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier) (versions A et B)
1993 *J’arrête le temps ou qui m’aime me suive*
1993-94 *J’arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier)
1994 *J’arrête le temps*

1985-1986 J'arrête le temps ou Opéramédia
Document tapuscrit « Deuxième point d'intervention. Spectacle-événement. [Attention, j'arrête le temps. Une expérience inédite d'un artiste qui a décidé pour la première fois au monde d'arrêter le temps le …. Janvier 1986] », page 01/12
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

DEUXIEME POINT D'INTERVENTION.

SPECTACLE-EVENEMENT.

REMARQUES PRELIMINAIRES.
Cette proposition porte sur la relation Espace-Temps permettant par un systéme de liens croisés de s'intégrer parfaitement au propos de " Ticketpour la Culture,Ticket pour le Futur".La nature même de son dispositif de fonctionnement a l'avantage de constituer un " filet "informationnel facilitant et contribuant à une perception homogéne de l'ensemble du propos développé sur la thématique de " Culture et Nouvelles Technologies ".

Il s'agit donc,en l'occurence,d'un projet défini pour une "Action-événement-spectacle-animation " ayant pour cadre de réalisation la rubrique (A) Manifestations déterminée dans le synopsis. Cette proposition élaborée,ci-dessous, répond également à la demande formulée par le Directeur Général de l'O.C.T.E.T au cours d'un entretien privé où il m'a fait part de son intention de m'offrir à cette occasion une " carte blanche "en ma qualité d'artiste de la communication et des medias.

La proposition,ci dessous,rédigée se substitue à l'idée premiére envisagée avec lui d'utiliser la structure existante du "Territoire " comme support en en transposant le concept et les principes de fonctionnement dans le cadre de l'opération " Ticket pour la Culture, Ticket pour le Futur ".

Le nouveau projet,décrit plus loin,présente les mêmes avantages quand à la mise en oeuvre des systémes interactifs et la participation des publics mais aussi,à notre sens,l'avantage suppémentaire de constituer une proposition investie d'un important potentiel capable de créer l'évenement et surtout de l'entretenir. Cette action par sa nature et son propos étant susceptible de capter l'intêret des medias d'information nationaux et par là même,par son impact et son amplification prévisible,d'accélerer et d'entraîner la participation du public aux différents jeux initiés.

1985-1986 J'arrête le temps ou Opéramédia
Document tapuscrit « Deuxième point d'intervention. Spectacle-événement. [Attention, j'arrête le temps. Une expérience inédite d'un artiste qui a décidé pour la première fois au monde d'arrêter le temps le …. Janvier 1986] », page 02/12
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

TITRE DU PROJET:

" ATTENTION, J'ARRÊTE LE TEMPS "
" Une expérience inédite d'un artiste qui a décidé pour la premiére fois au monde d'arrêter le temps le.....Janvier 1986".

OBJECTIF VISE:

A travers une action de caractére ludique imaginée par un artiste il s'agit à l'aide d'un dispositif original multi-communicationnel de proposer une véritable réfléxion sur les thémes du Temps et de l'Espace.Réflexion qui du fait des moyens utilisés s'effectue dans une dimension sociale jamais égalée.(Massmedia,Technologies diverses de communication,Systémes interactifs...)
Le Temps et l'Espace constituent des "matériaux "compte tenu des modifications qu'entraînent au niveau de leur perception et de notre sensibilité les Nouvelles Technologies sur lesquels les artistes sont appelés,de plus en plus, aujourd'hui et demain , à exercer leur pratique.

Cette réfléxion s'effectue au niveau du " sensible " le but recherché étant,avant tout,UN APPEL A L'IMAGINAIRE DU PUBLIC autour des notions de Temps et d'Espace.

DISPOSITIF SPATIAL ,INFORMATIONNEL ET TEMPOREL DU PROJET:

Points d'appui géographiques:

- Musée des monuments historiques (permanent)Comme lieu central du réseau de communication mis en oeuvre/Stockage et traitement de l'information/Equipe d'animation.

-Lieu à déterminer(Beaubourg,ARC2,Gare ST-Lazare...)Lieu ponctuel pour une soirée pour la réalisation" OPERAMEDIA " Spectacle multi-media sur le Temps et l'Espace.

- Métro /Réseau minitel et animations ponctuelles.

- Réseau d'agences bancaires.

- Bureaux de poste.

- Grands magasins.(Le Printemps a donné un accord de principe)

- Gares parisiennes.

1985-1986 J'arrête le temps ou Opéramédia
Document tapuscrit « Deuxième point d'intervention. Spectacle-événement. [Attention, j'arrête le temps. Une expérience inédite d'un artiste qui a décidé pour la première fois au monde d'arrêter le temps le …. Janvier 1986] », page 03/12
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

POINTS D'APPUI INFORMATION :

Presse écrite quotidienne.
Radios.
T.V
Journaux muraux du métro.
} Lancement des scénarios.

Retour de l'information.

Minitel
Correspondances voie postale.
Lignes téléphoniques équipées de répondeurs.
Téléécriture entre l'espace d'animation et des lieux publics déterminés.

DÉROULEMENT TEMPOREL DU PROJET : Campagne de presse.

Octobre I985..... Premiéres informations annonçant l'échéance fatidique.
Novembre I985..... SUITE.
Décembre I985..... SUITE.
Janvier I986.....METRO..... Spectacle "OPERAMEDIA " en même temps que l'ouverture de l'exposition des réalisations.
Jour I - - - - - - - - - - - -

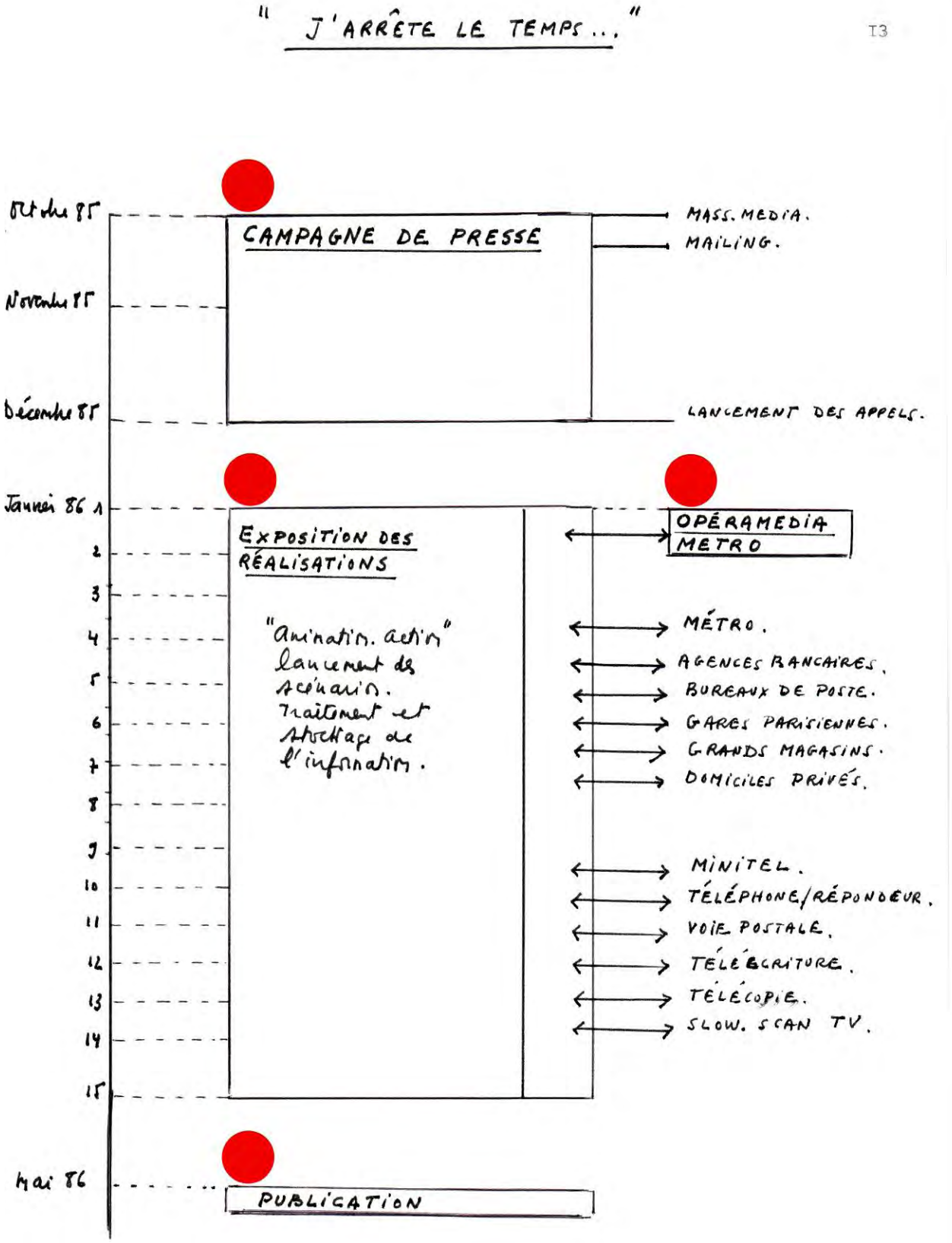
Jour 2
Jour 3
Jour 4
Jour 5
Jour 6
Jour 7
Jour 8
Jour 9
Jour I0
Jour II
Jour I2
Jour I3
Jour I4
Jour I5

Animation multimedia interactive orchestrée par Fred Forest assisté d'une équipe de réalisation de dix personnes (étudiants)
Reception/traitement/stockage/présentation de l'information.
Lancement des différents scénarios.

...Point culminant de l'opération jour fatidique fixé pour l'arrêt du Temps.L'heure a été fixée au moment du journal parlé.F Forest arrête le Temps en direct... T.V

Mai I986..... Publication d'un ouvrage faisant état des résultats,restituant le plus grand nombre de réponses.

1985-1986 J’arrête le temps ou Opéramédia
Document manuscrit « Deuxième point d’intervention. Spectacle-événement. [Attention, j’arrête le temps. Une expérience inédite d’un artiste qui a décidé pour la première fois au monde d’arrêter le temps le …. Janvier 1986] », page 04/12
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20



INTENTIONS ET PHILOSOPHIE DU PROJET.

L'homme moderne confronté au développement des technologies est en passe de maîtriser avec leur concours,la vitesse,l'espace,la communication,son bien-être matériel,son corps...
Sa psychologie et sa sensibilité s'en trouvent profondément modifiées. Peut-être sa prochaine conquête sera-t-elle celle de son propre Temps? Peut-être sommes nous à la croisée des chemins où les voies de l'Occident technologique vont recouper celles de l'Orient contemplatif et mystique ?
L'Espace et le Temps sont non seulement des concepts physiques qui tendent à évoluer avec la progression des connaissances mais,aussi, des réalités sensibles à vivre.
Dans l'inconscient de l'individu occidental les notions de Temps et d'Espace sont étroitement liées.
Il semblealler de soi pour nous,occidentaux,que l'Espace et le Temps sont organisés,structurés.

L'Espace avec ses trois dimensions s'impose comme immanence au monde.Quant au Temps nous l'accompagnons continuement.Le Passé derriére nous,le Futur devant,nous avançons dansle...Présent.
L'homme construit son horizon temporel sur un axe de déroulement dont les curseurs solidairement mobiles délimitent trois zones identifiables.Ce déroulement,ou du moins la conscience de ce déroulement apparait comme une structure constitutive de l'individu "normal".Les nouveaux concepts de la Science et l'utilisation au quotidien des nouvelles technologiques vont peut-être remettre en question ces schémes mentaux?
Nos " certitudes " acquises sur des données socio-culturelles antérieures risquent trés rapidement de se trouver destabilisées.
Que veut dire par exemple aujourd'hui un acte aussi simple que décrocher le téléphone;et ce faisant que notre propre voix mette en actions des vibrations sonores à des milliers de kilométres de là,dans un bureau ou une chambre d'hotel,au 46 ème étage d'un building de New-York ?
Que signifie pour un homme qui s'appelle Amstrong (Comme il aurait pu s'appeler Magellan ou Christophe Colomb) et que signifie surtout pour nous que cet homme marche sur la lune en même temps que je partage avec lui et des centaines de millions de téléspectateurs sa dérive incertaine en direct sur l'écran cathodique ?
Les technologies nouvelles sont là pour nous signifier toute la relativité de nos concepts.Enfin entre les concepts scientifiques du Temps et de l'Espace,les techniques de mesure qui tentent de les domestiquer,l'étude neurophysiologique et psychologique des perceptions,faut-il encore que chacun d'entre nous redefinisse et situe cet îlot individuel d'espace-temps qui constitue le noyau de notre propre existence.
Il est évident que cette matiére que constitue le Temps et l'Espace devient aujourd'hui le support privilégié du travail exploratoire de la pratique artistique.

1985-1986 J'arrête le temps ou Opéramédia
Document tapuscrit « Deuxième point d'intervention. Spectacle-événement. [Attention, j'arrête le temps. Une expérience inédite d'un artiste qui a décidé pour la première fois au monde d'arrêter le temps le …. Janvier 1986] », page 06/12
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

CONCEPTION GENERALE DU PROJET.

"L'oeuvre " proposée,ici, reléve de la construction d'un événement de communication.
Le projet se développe en trois temps.

- I-Construction de l'événement de communication.(Campagne de presse)
- 2-Réalisation du spectacle " Operamedia " dans le métro.
- 3-L'animation multi-media en relation avec l'exposition des réalisations.

Le premier temps s'effectue donc sous forme d'une campagne de presse rigoureusement programmée mais susceptible d'intégrer les informations de l'actualité du moment.Sur le théme:"J'arrête le Temps ".Fred Forest en assure l'orchestration et la réalisation.

Le second temps (temps fort d'articulation au démarrage de l'opération "Ticket pour la Culture,Ticket pour le Futur " est constitué par la réalisation au cours d'une journée de l'Opéramedia dans le réseau du métro.

Le troisième temps qui se déroule donc en Janvier I986 est constitué par l'animation permanente active faisant appel à l'imaginaire du public invité sous des formes diverses à livrer ses représentations sur le Temps et sur l'Espace.Le noeud central de communication de cette animation se situe dans l'exposition des réalisations qui se déroule dans le Musée des monuments historiques.C'est le lieu de recention,de présentation,de traitement, de stockage des réponses .

Un quatrième temps,trois mois plus tard,Mai I986, est constitué par la publication d'un ouvrage faisant état des résultats.

I- CONSTRUCTION ET MISE EN OEUVRE DE L'EVENEMENT DE COMMUNICATION.

Il sagit de la programmation dans le temps d'une série d'informations publiées par la presse ainsi que de mailings successifs adressés à des leaders d'opinions,les milieux journalistiques et de la communication.Cette campagne qui débute au mois d'Octobre 85 se poursuit jusqu'à fin Décembre.
Il serait utile d'associer à cette opération des journaux et peut-être plus spécifiquement une grande agence de communication.(Havas Eurocom,Publicis ou Machin-Truc...)
Cette campagne s'accélere dans le temps au fur et à mesure du rapprochement de l'ouverture de la manifestation " Ticket pour la Culture,Ticket pour le Futur ".
Cette campagne utilise des faits réels de l'actualité du moment qu'elle met en perspective avec les problémes du Temps et de l'Espace rendus aigus par l'échéance fixée où le Temps va irremediablement se figer...Cela dans un esprit de simulacre,de jeu, de parodie et d'humour.
Cette campagne se traduit aussi par des contenus qui visent à expliquer et à justifier cette décision d'arrêter le Temps prise par un artiste.
-Les mesures diverses à prendre en vue de cette échéance.
-Les conséquences prévisibles dans les domaines économiques,sociaux, politiques,culturels,techniques,militaires,agricoles,philosophiques, religieux,artistiques etc...
- Les avantages et les inconvénients subséquents à cette décision qui nous concerneront directement jusque dans notre vie indivi-ďindividuel la plus intime ...
- Les mesures de sécurité pratique etc...etc...

En cas d'acceptation du projet cette partie donnera lieu à l'établissement d'un synopsis détaillé arrêtant sa forme définitive, ses contenus,ses besoins,ses moyens, son calendrier.

1985-1986 J'arrête le temps ou Opéramédia
Document tapuscrit « Deuxième point d'intervention. Spectacle-événement. [Attention, j'arrête le temps. Une expérience inédite d'un artiste qui a décidé pour la première fois au monde d'arrêter le temps le …. Janvier 1986] », page 08/12
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

2- LE SPECTACLE-EVENEMENT OPERAMEDIA.

Dans le déroulement global de l'opération il a pour fonction de constituer un moment fort se situant à l'ouverture et au démarrage de la série de manifestations prévues par l'opération "Ticket pour la Culture,Ticket pour le Futur ".
Aprés la période de sensibilisation qui l'a précédé Operamedia constitue en fait l'introduction de la période d'animation active qui va suivre dans le compte à rebours ,jour aprés jour, sur la quinzaine prévue qui,en point final,aboutit sur l'arrêt du Temps programmé à la date et à l'heure fixée.

Concept:
Operamedia constitue dans l'espace social des transports urbains une sorte de mise en scéne dans un jeu de piste où les trois personnages le Passé,le Présent,le Futur finissent par se rencontrer et se fondre en un Temps Universel.
Il se traduit sous la forme d'un " spectacle-action" qui met en jeu trois chanteurs de l'opéra et des musiciens rocks.

Cadre et temps de déroulement:
L'action se déroule au cours d'une journée dans le réseau du métro parisien.Les trois personnages principaux et une équipe d'accompagnement circulent séparément en cherchant activement à se rejoindre dans une sorte de quête désespérée.Chacun d'eux dans ses déplacements est accompagné d'une équipe légère d'animation dotée de systémes de communications qui le met en liaison avec les deux autres et le lieu dispatching qui restitue et visualise la totalité de l'information sur le déroulement d'operamedia.
Ils finiront par se rejoindre en fin de journée.L'action finale se déroule sur des passerelles à la station de métro Saint-Michel.

Une radio locale assure sans discontinuité le reportage tout au long de la journée.La consigne donnée ce jour-là aux usagers du métro: ne prenez pas aujourd'hui le métro sans votre transistor en bandoullére...C'est le medium radio qui coordonne le timing de l'opération et la relation interactive avec le public.

Contenus des textes récités et chantés par les trois personnages:

le Présent.....Dépêches A.F.P du Jour.
le Passé.....Extraits du Malet et Isaac.
le Futur.....Bégaiement diversifiés sur le mot Demain en différentes langues.

Participation du public :
-Retour téléphonique radio.
-Circuits T.V métro.

1985-1986 J'arrête le temps ou Opéramédia
Document tapuscrit « Deuxième point d'intervention. Spectacle-événement. [Attention, j'arrête le temps. Une expérience inédite d'un artiste qui a décidé pour la première fois au monde d'arrêter le temps le …. Janvier 1986] », page 09/12
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

- Réseau minitel
-Un certain nombre de badges ou autocollants sont distribués dans certaines stations selon une répartition géographique étudiée. Il s'agit des signes d'identification: Présent, Passé, Futur. Un jeu a été préalablement lancé qui consiste a ce que que trois usagers portant ses trois signes distinctifs se soient retrouvés et se voient alors récompensé d'un prix quand ils se présentent ensemble au lieu dispatching de l'opération.

Observation:
Le cadre idéal de l'opération spectacle Operamedia me semble être le métro mais si pour quelque raison de sécurité ou technique elle ne pouvait malheureusement s'y dérouler elle pourrait s'adapter

- au Centre Georges Pompidou la fosse centrale.
- la Gare Saint-Lazare.
- un chantier en construction dans Paris.

Si le projet est accepté cette partie fera l'objet de la rédaction d'un synopsis détaillé arrêtant la forme définitive du Spectacle-action Opéramedia dressant le catalogue de ses scénarios, de ses contenus, de ses moyens, de son déroulement.

1985-1986 J’arrête le temps ou Opéramédia
Document tapuscrit « Deuxième point d’intervention. Spectacle-événement. [Attention, j’arrête le temps. Une expérience inédite d’un artiste qui a décidé pour la première fois au monde d’arrêter le temps le …. Janvier 1986] », page 10/12
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

3- L'ANIMATION MULTI-MEDIA.

Elle démarre le jour de l'ouverture de l'exposition des réalisations.Elle se déroule au cours des quinze jours prévus de l'ouverture de cette manifestation.Elle utilise tous les moyens de communication technologiques qui pourront être mis en oeuvre.Elle donne lieu à la réalisation d'une série de scénarios qui sont réalisés,suivis par l'équipe d'animation sous la coordination de Fred Forest.
Elle a pour but premier de faire participer le public en l'invitant à produire des réponses sur la thématique choisie du Temps. Elle constitue un appel direct au public et à son imaginaire.

En cas d'acceptation du projet une étude complémentaire plus détaillée sera élaborée et fourni au commanditaire déterminant ses modes de fonctionnement,ses besoins,ses moyens,ses contenus, son calendrier.

1985-1986 J’arrête le temps ou Opéramédia
Document tapuscrit « Deuxième point d’intervention. Spectacle-événement. [Attention, j’arrête le temps. Une expérience inédite d’un artiste qui a décidé pour la première fois au monde d’arrêter le temps le …. Janvier 1986] », page 11/12
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

CONCLUSIONS A LA PRESENTE ETUDE

1985-1986 J'arrête le temps ou Opéramédia
Document tapuscrit « Deuxième point d'intervention. Spectacle-événement. [Attention, j'arrête le temps. Une expérience inédite d'un artiste qui a décidé pour la première fois au monde d'arrêter le temps le …. Janvier 1986] », page 12/12
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

CONCLUSIONS DE LA PREEENTE ETUDE.

CULTURE ET NOUVELLES TECHNOLOGIES.

Les deux propositions ,ci-inclus,valent comme modéle de travail theorique.Elles sont susceptibles d'aménagement aprés concertation avec le commanditaire.

En fondant leurs concepts sur la notion de Temps et d'Espace elles répondent à la demande formulée,elles mettent en évidence et optimisent ces notions qui sont des notions clefs pour notre civilisation.

- La proposition I Concernant le concept de l'exposition des réalisations se centre sur l'idée d'Esthétique de la communication. Ce choix n'est pas neutre.Outre son originalité il présente le mérite de la cohérence et vaut,surtout,par son caractére immédiatement opératoire compte tenu du travail de réflexion et d'organisation préalable qui s'est effectué au sein du groupe qui porte ce nom.

- La proposition pour l'action personnelle " J'arrête le Temps " posséde comme animation multi-media un trés fort potentiel événementiel.Si tous les moyens sont réunis à temps un retentissement national est assuré.Indépendamment de ses aspects fonctionnels du point de vue des techniques de communication elle présente l'avantage d'interpeller directement l'imaginaire du public.D'interpeller le public sur des notions fortement enracinées dans l'inconscient collectif.L'arrêt annoncé du Temps comme...la fin du monde sont inscrits dans les grands mythes de l'humanité.

- Des actions telles que la " Bourse de l'imaginaire " ou " "Apprenez à regarder la T.V avec votre radio..." sont des actions qui confirment,s'il en était besoin, notre fiabilité et notre savoir faire en matiére d'art,de communication,de réalisation et d'organisation.
En cas d'acceptation totale ou partielle de ces projets leur lise en oeuvre devra faire l'objet de contrats détaillés où seront définis d'une façon précise les rôles et les engagements respectifs.

Ce document à fait l'objet d'un dépôt à la SPADEM,à la Société des gens de lettres et et à la propriété commerciale et industrielle sous forme d'enveloppe solo.

J’arrête le temps / Métropéra	1986

Document présentant une déclinaison du projet précédent « J’arrête le temps ou Opéramédia », cette fois-ci adaptée au métro parisien.
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA20

Autres versions :

- Œuvre réalisée :

1998 *J’arrête le temps*

- Projets non réalisés :

1983 *Arrêtez le temps et redevenez vous-même*
1983 *J’arrête le temps*
1986 *J’arrête le temps* ou *Opéramédia*
1987 *J’arrête le temps*
1991 *J’ai décidé d’arrêter le temps*
1991-92 *J’arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier) (versions A et B)
1993 *J’arrête le temps ou qui m’aime me suive*
1993-94 *J’arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier)
1994 *J’arrête le temps*

1986 J’arrête le temps / Métropéra
Document tapuscrit « Dossier Fred Forest. Projet : J’arrête le temps/Métropéra », prévu pour Cologne (voir page 09/11), page 01/11

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

DOSSIER FRED FOREST

PROJET: " J'ARRETE LE TEMPS/METROPERA "

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

INFORMATIQUE & CREATION

CONSULTATION "SPECTACLE / ENVIRONNEMENT - MULTIMEDIAS"

TITRE DU PROJET	" ATTENTION, J'ARRETE LE TEMPS LE...(jour et heure précise) ! METROPERA "

NOM(S) ADRESSE ET TEL. DES PROMOTEURS	Fred FOREST ". Territoire du M2 " 60540 ANSERVILLE France. Téléphone (4) 422.16.05

THEME / DESCRIPTIF SOMMAIRE DU SCENARIO	A travers une action de caractère ludique imaginée et réalisée par un artiste il s'agit par la mise en place d'un dispositif original multi-communicationnel d'ouvrir un véritable champ de réflexion sur les thèmes du Temps et de l'Espace. Cette réflexion qui appelle la participation du public s'effectue au niveau du "sensible" et s'adresse directement à son imaginaire. Ce Spectacle/environnement tranche délibéremment avec les formes habituelles du genre. Son temps de déroulement comme son espace de réalisation en sont différents. Il se réalise dans deux lieux: (successifs et simultanés) I- L'espace informationnel (mass-media, informatique, réseaux télématiques, téléphoniques, radio, télévision...) 2- Le réseau du métro parisien comme scène de déplacement physique. L'action se décompose en deux temps: I- Une campagne d'information sur une durée programmatique de 3 mois. (construction progressive de l'événement). 2- Son point d'aboutissement: une journée-jeu-de-piste dans le métro. (Réalisation du Spectacle/Participation le Metropéra utilisant toutes les ressources possibles de la technologie de communication. Principe de fonctionnement: I-L'artiste a décidé "d'arrêter le temps" un jour donné, à une heure donné. Dans la campagne de presse il dit pourquoi, il fait appel à des spécialistes sur les conséquences plausibles, il prodigue les conseils et donne les consignes de sécurité sur un mode humoristique!!! 2-Au jour ultime fixé Opéramedia dans le métro (déplacements de personnes, déplacements d'informations, carrefours de rencontres et de visualisation). Trois personnages (des chanteurs de l'Opéra de Paris) le Passé, le Présent, le Futur circulent du matin au soir sur des lignes différentes accompagnés d'un orchestre rock. Ils se retrouvent en fin de journée à la station Saint-Michel pour le "final " à l'heure fatidique prévue... Le Temps se trouve alors ramassé et condensé dans un instant unique fixé pour l'eternité! (à partir de ce canevas général de nombreux scénarios se superposent dans l'action en cours dans une relation interactive avec le public).

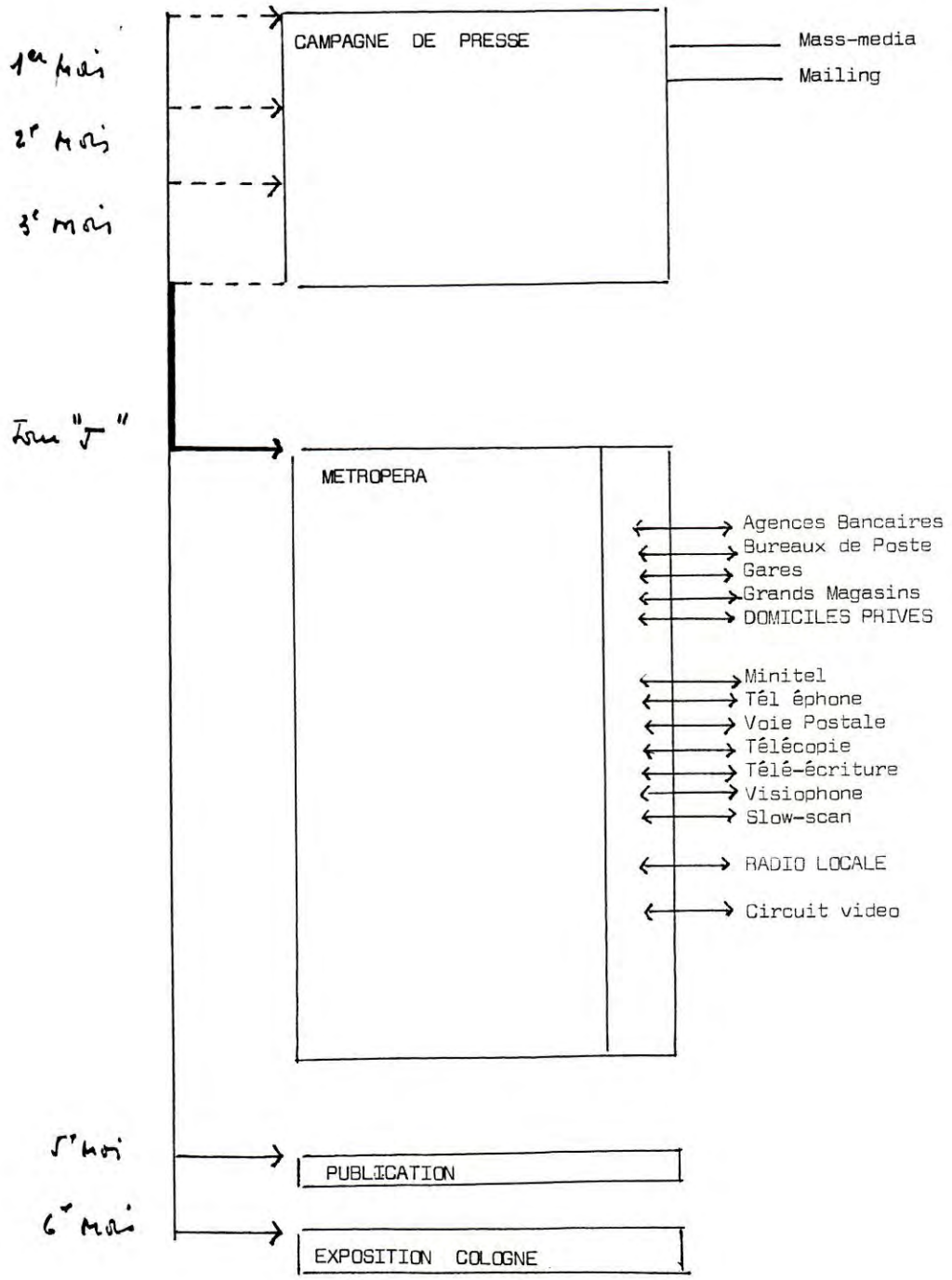
MEDIAS UTILISES	Métro, chanteurs de l'Opéra de Paris, téléphone, minitel, radios locales, circuit fermé T.V/vidéo, carte mémoire, presse écrite, télévision, télécopie, télé-écriture, visiophone, slow-scan.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

ROLE DES MEDIAS DANS LE SPECTACLE	- Rôle dans la "fabrication" de l'événement de portée nationale pour accréditer la fiction proposée(campagne de presse). - Rôle d'information dans l'action et d'incitation à la participation. - Rôle de mise en relation d'individus dans une dimension ludique. - Rôle de mise en dialogue de l'homme avec la machine. - Rôle de collecte de l'information,de transmission,de stockage,de traitement,de restitution globalisée,de sa visualisation——————rôles incidant sur le déroulement même du jeu de piste.
TYPE D'INTERACTIVITE MISE EN OEUVRE	- Radio + retour téléphonique/bascule sur l'antenne. (une radio locale assure la couverture sans discontinuité. -Minitel : communication de la position d'une station à l'autre des déplacements pour prise de décision collective.Eléments aléatoires introduits pour brouiller les pistes... -Réseau vidéo -Carte mémoire avec des"budgets-temps"qu'on peut négocier...
ROLE DES ACTEURS	- Rôle d'animation. - Fonction de spectacle/événement. - Supports-repéres mobiles dans la configuration et le déroulement du jeu institué : fonction logistique. - Fonction culturelle dans l'espace social des transports urbains. (Opéra + Rock)
ROLE DES SPECTATEURS	- Consommateurs de la fiction mediatique. - Voyageurs/Spectateurs du métro. - Spectateurs/Acteurs du jeu de piste,rôle actif dans les itinéraires réalisés. - Spectateurs/Partenaires dans l'échange des informations et les prises de décision. - Spectateurs/Emetteur/Producteur d'impressions,d'idées sur le " Temps et l'Espace".
COUT	- 200 à 250.000 francs.
RELAIS DE REALISATION	- R.A.T.P - T.F I Télévision - Libération - Ecole Nationale de Cergy D.G.T GRANDS MAGASINS DU PRINTEMPS
REMARQUES	- Ce projet riche et complexe demande le report au dossier pour la saisie de tous ses développements et implications. - Il peut facilement s'adapter et se réame nager en fonction des moyens techniques réunis son scenario d'ensemble restant toujours opérationnel.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

" J'ARRETE LE TEMPS / METROPERA "



I- FINALITE/PHILOSOPHIE DE LA PROPOSITION.

Le Spectacle/Evénement que nous proposons a pour but de nous amener à réfléchir dans un environnement social,urbain,qotidien sur le concept de Temps et sur le concept d'Espace...
Son objectif se situe donc au-delà de la notion culturelle de consommation de plaisir et de consommation passive dans une interpellation directe et participative de l'usage que nous faisons tous de notre espace et de notre temps de vie...
C'est pourquoi en l'occurence il s'agit bien ici d'une "Oeuvre d'art" qui est proposée même si sa forme diffère des régles traditionnelles du genre. Précisement,l'action " J'arrête le Temps/Metropéra dans sa forme singuliére constitue une forme nouvelle pertinente à notre époque.
A partir d'un jeu,d'une fiction,d'une provocation qui consiste à prétendre qu'un artiste peut décider arbitrairement du jour au lendemain de stopper le cours du temps nous nous trouvons soudain placé,mentalement et ludiquement,dans une situation de " transcendance ".Une situation propre et spécifique à la visée artistique qui présente l'avantage dans la proposition avancée de la créer dans le tissu du quotidien (espace informationnel familier,transport urbain).

L'homme moderne confronté au développement des technologies est en passe de maîtriser avec leur concours le temps,l'espace,la vitesse,la communication,son corps,son bien-être materiel...
Sa sensibilité et sa psychologie toute entière s'en trouvent profondément affectée.Sa prochaine conquête sera-t-elle celle de son propre temps ?
Peut-être sommes-nous à la croisée des chemins où les voies de l'Occident technologique vont recouper celles de l'Orient contemplatif et mystique ?

L'Espace et le Temps sont non seulement des concepts physiques qui tendent à évoluer avec la progression des connaissances mais aussi des réalités sensibles à vivre .(et c'est dans cet espace,precisement,que se légitime toute intervention artistique en général et notre proposition en particulier...)

Les nouveaux concepts de la Science et l'utilisation au quotidien des nouvelles technologies vont sans doute bouleverser nos "certitudes "fondées sur des données sociaux-culturelles antérieures .Les technologies nouvelles sont là pour nous signifier toute la relativité de nos concepts.Mais entre les concepts scientifiques du Temps et de l'Espace,les techniques de mesure qui tentent de les domestiquer,l'étude neurophysiologique des perceptions, faut-il encore que chacun d'entre nous soit en mesure de redéfinir cet ilôt personnel d'espace-temps qui constitue le noyau de sa propre existence.

L'action que nous proposons se veut une action de sensibilisation à ces questions.

II- CONCEPT GENERAL DU PROJET.

L'oeuvre proposée,ici,relève de la CREATION et de la MISE EN FORME d'un EVENEMENT DE COMMUNICATION de portée sociale.

Le projet se réalise en trois temps:

1- Confection progressive de l'évènement:"J'arrête le temps".
(espace informationnel quotidien sur une durée de trois mois)

2-Son point final d'aboutissement:"Le Metropéra".
(réalisation sur une durée de 12 heures au cours d'une journée déterminée dans l'espace circonscrit du metropolitain).

3-Exploitation des résultats sous forme d'une publication.
(reflexion sur le Temps et l'Espace à partir des réponses proposées par le public).

1- CONFECTION DE L'EVENEMENT/PREPARATION,MISE EN OEUVRE ET MISE EN FORME D'UN EVENEMENT DE COMMUNICATION.

Il s'agit de la programmation dans le temps d'une série d'informations publiées par la presse,ainsi qu'expédition de mailing successifs à des leaders d'opinion,milieux journalistiques et de la communication.
Cette campagne démarre trois mois avant son aboutissement final le Metropéra.
Des medias(presse écrite et audiovisuelle) sont associés à l'opération, éventuellement une agence de communication type Eurocom,Havas,Publicis etc...

L'artiste est maître d'oeuvre assisté par des spécialistes pour la mise en forme et les achats d'espace.

La campagne constitue en elle-même un évenement médiatique.

Des faits réels de l'actualitésont mis en perspective avec les problémes de Temps et d'Espace par rapport à l'échéance fixée de l'arrêt du temps programmé...
Cela sur un ton non dramatisé mais au contraire utilisant l'humour,le jeu, le clin d'oeil,l'ironie...

Cela se traduit pour le contenu de ces messages par des déclarations de l'artiste qui visent àexpliciter sa décision et à la justifier par des argumentaires diverses.
-Pourquoi j'ai décidé d'arrêter le temps.
-Comment je vais arrêter le temps.
-Quelles sont les conséquences prévisibles(recours à des spécialistes divers).
-Comment une telle décision risque d'affecter les domaines :religieux, économiques,agricoles,militaires,politiques,sportifs,médicaux etc...
-Que faire de notre temps avant ?
-Que faire de notre temps aprés ?
-Consignes domestiques de sécurité

etc...

Il est facile d'imaginer sur ce régistre la créativité qui peut être mobilisée en faisant appel à un feed-back du public matiere qui servira elle-même àla confection des messages!(Rèponses réintroduites dans les canaux de communication de masse).

En cas d'acceptation du projet cette partie donnera lieu à l'établissement d'un synopsis détaillédécrivant les contenus et arrêtant le calendrier.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

2- Le Spectacle/Evenement proprement dit : Le Metropéra.

Point culminant et final cloturant la campagne de presse et constituant son aboutissement.Point " contracté" en une journée sur douze heures .

Le METROPERA réalisé dans l'espace social relevant des transports urbains constitue dans une mise en scène et mise en situation originales une sorte de jeu de piste.Après la période de sensibilisation qui l'a précédé Metropéra dans le compte à rebours qui s'ouvre constitue la phase d'animation active du projet sur un non-stop de douze heures.

Trois personnages : le Passé,le Présent, le Futur qui circulent sur des lignes différentes dans le jeu de piste initiéfinissent par se rencontrer et se fondre en un Temps Universel Immuablement Unique.
Ce déplacement,Spectacle/Action/Mobile met en jeu trois chanteurs de l'Opéra de Paris accompagnéchacun d'eux par cinq musiciens rocks.
Nature des textes récités et chantés par les trois personnages :
Le Présent.....Dépêches A.F.P du jour.
Le Passé.....Chapitres du livre d'histoire scolaire Mallet et Isaac.
Le Futur.....Bégaiements diversifiés sur le mot DEMAIN dans des langues différentes.

Cadre et temps de déroulement:
L'action se déroule donc au cours d'une journée dans le réseau du métro parisien!Les trois personnages et leur équipe d'accompagnement circulent séparément en cherchant activement à se rejoindre dans une quête desespérée.
Chacun d'eux dans ses déplacements accompagné de son équipe légère d'intervention dotée de systémes de communications.Ces systémes de communications les mettent en relation entre eux ainsi qu'avec le centre-dispach qui centralise,distribue et visualise la totalité de l'information relative à METROPERA.
Les trois personnages choisissent leurs itinéraires également en fonction de données informatiques fournies et traitées tout au long de la journée au centre-dispach METROPERA.
Une radio locale parisienne assure sans discontinuité le reportage du déplacement.Consigne est donnée aux voyageurs du metro ce jour là de se munir de leur transistor,les hauts-parleurs de quai et de couloirs retransmettent l'émission.
Le conducteur radio assure le compte à rebours et coordonne le timing de déroulement.La radio assure également un rôle d'interactivité entre les différents protagonistes.

Un certain nombre de badges : Présent,Futur,Passé sont distribués en des points distants du réseau dans des stations selectionnés.Le regroupement par trois voyageurs donne droit à une récompense quelconque quand ils se présentent au centre-dispach METROPERA.(une carte mémoire buget-temps...)

En fin de journée nos trois personnages mythiques finissent par se rejoindre.
Le final se déroule sur les passerelles de la station Saint-Michel consacrant en apothéose les noces du rock et de l'opéra...

3- EXPLOITATION DES REGULTATS

a) Publication d'un livre-document retracant l'action et reproduisant les propositions du public sur leur perception des concepts du Temps et de l'Espace.

b) Présentation à la galerie Friedrich de Cologne de l'action réalisée à Paris dans le métro. (Photos,Bandes vidéo,montage son)

Mais cette présentation fait l'objet d'une création spécifique:
-Intervention vocale des trois chanteurs de l'Opéra de Paris.
-Par voie de presse sous forme d'annonce dans la presse nationale les lecteurs sont invités à nous confier leur relation au Temps et à l 'Espace.Les réponses sont affichées dans la galerie.
-Une émission est réalisée à cette occasion avec la W.D.R (1ere chaîne T.V) Réalisatrice : Wibke Von Bonin.

Budget supplémentaire:

CE PROJET A COLOGNE DOIT ETRE DOTE D'UN BUDGET SPECIFIQUE DONT LE MONTANT DOIT ETRE EVALUE A 30.000 DM SOIT 90.000 FF.

(Le projet initial se nommait OPERAMEDIA et devait se réaliser en coproduction avec la galerie Friedrich dans un local annexe qui est une fabrique desaffectée.La vente prochaine de ce lieu ne nous permet pas de prendre le risque de nous en voir privé au dernier moment.

Nous avons donc pris la décision de le reconvertir pensant que le cadre du métro parisien lui donnerait une dimension plus large et que sa réalisation en France comme première mettrait en valeur les industries de communication francaise).

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

III- INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES SUR LE DISPOSITIF D'ENSEMBLE:

a) Le centre-dispach du METROPERA est installé(mis en scène) dans une station importante de préférence centrale,disposant de l'espace nécessaire et des équipements techniques adéquats.

Pour les besoins du fonctionnement ou de l'animation d'autres stations du réseau peuvent être selectionnées comme stations de relais équipées et agencées en conséquence.De nombreuses stations devront être,par ailleurs,équipées en minitel.

b) Le centre-dispach du METROPERA est aussi en relation mediatique avec des points géographiques extérieurs dispersés sur le territoire national.Ces points constituent autant de symboles de la relation entre vie sociale,économique,quotidienne et vie culturelle.

Il s'agit de Bureaux de Poste
Agences Bancaires
Gares
Grands Magasins(nous avons déjà l'accord du "Printemps").
etc...

Les usagers qui fréquentent ces lieux publiques pourront y participer à partir des terminaux divers dont ils pourront disposer selon les cas.....Minitel.
Télécopie.
Télé-écriture.
Slow-scan .
Visiophone . (Paris-Biarritz et retour)

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

IV- CONCLUSIONS ET REMARQUES.

Les propositions avancées,ci-dessus,valent comme modèle théorique de travail susceptibles,encore, de tous les aménagements nécessaires aprés concertation avec les partenaires pressentis et en fonction des moyens techniques et financiers réunis.
En fondant son concept de base sur la notion de dispositif de communication et de relation interactive ce projet privilégie toutes les formes de participation.Une étude ultérieure en arrêtera dans le détail toutes les modalités de fonctionnement et les scenario.

En traitant d'une facon ludique du Temps et de l'Espace il aborde une problêmatique qui se situe au coeur du questionnement de notre modernité comme de l'interrogation humaine de toujours.

La sculpture en creux	1986
Document présentant une idée d'intervention dans un immeuble à Marseille, conçue pour être soumise à des agences et promoteurs immobiliers. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22	

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

P R O J E T

" LA SCULPTURE EN CREUX DE FRED FOREST "

- Le projet,ci-dessous décrit,proposé dans le cadre d'une réalisation d'un programme de construction immobilier, ou de sa réhabilitation, vise les objectifs suivants :

1- Création mondiale de la premiére "Sculpture en creux " .

2- Création d'un événement par un artiste international de la communication donnant lieu à d'importantes retombées mediatiques compte tenu de sa notoriété et de l'originalité de la proposition.

3- Action à caractére fortement symbolique revalorisant la notion de "vide"en la créditant d'une perception positive .

4- Animation participative et associative des usagers des lieux permettant de donner un prolongement dans le temps à l'opération.

5- Valorisation et renforcement positif de l'image de marque du promoteur qui se trouve associé à une action culturelle exemplaire de grand impact au niveau local,régional,national.

- L'IDEE-CLEF consiste à transformer un appartement existant dans le programme en une "Sculpture en creux ".
L'accés de cet appartement sera définitivement muré.Un circuit fermé de T.V permettra toutefois d'en visualiser l'intérieur à partir d'un poste de commande installé dans le couloir, ou pour des raisons de sécurité à proximité de la loge du concierge .

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

I- CREATION MONDIALE DE LA " PREMIERE SCULPTURE EN CREUX ".
Cette proposition constitue une initiative unique et inédite dans le contexte de l'art contemporain actuel .A ce titre elle bénéficiera,donc,d'une situation privilégiée dans l'attention qui lui sera portée tant aussi bien des institutions culturelles que des organes de presse.

A) Son concept général:
Le concept de " Sculpture en creux " propose une approche nouvelle de notre relation culturelle à l'espace par rapport à la notion classique et généralement admise de sculpture.Dans la sculpture traditionnelle l'investigation de la forme se fait de l'extérieur. La sculpture constitue alors un " objet " autour duquel notre regard comme notre corps peuvent tourner pour en prendre possession. Objet artistique et esthétique posé à distance.
Avec "la sculpture en creux " nous occupons,quelque soit notre position,un centre de gravité immuablement fixe qui se déplace avec nous.La sculpture nous enveloppe de son espace total.Elle s'affirme partout autour de nous.Son investigation et son exploration se ménent toutes entiéres de l'intérieur.Elle détermine un espace en creux dont elle dessine les contours,modéle le formes et défini ses propres limites selon un axe de 360 degrés..."La sculpture en creux"constitue notre seconde peau,tendue et vécue de l'intérieur par chacun d'entre nous,délimitant un horizon fini.

B) Concept particulier dans le cas présent:
En ce qui nous concerne,ici,le concept initial de " Sculpture en creux " reste encore le concept de base mais nous en ferons une utilisation ciconstanciée. Cette utilisation spécifique présentant l'avantage d'en prolonger les perspectives...En effet si l'investigation"radiante et rayonnante" qu'il induit d'un centre interne vers...une périphérie externe reste fondé au plan mental un dispositif visuel éléctronique permet par un recul et un déplacement supplémentaire d'en enrichir le sens.Le jeu initié s'en trouve augmenté par cette nouvelle complexité introduite.
Un recul et un déplacement qui nous rejettent à l'exterieur de cette peau tout en nous réintroduisant à l'intérieur par l'arttifice endoscopique de la vidéo et de son circuit interne.La technologie de communication nous permet de récupérer la situation privilégiée précédement acquise.
La sculpture devient alors totale car nous " habitons" à la fois son extérieur et...son intérieur.

II- CREATION D'UN EVENEMENT:
Les différentes actions de Fred Forest ont donné lieu en France, comme à l'étranger,depuis une dizaines d'années à d'imprtantes retombées de presse (Presse écrite,radio,T.V)Ce-ci dans la presse d'information générale comme dans la presse spécialisée.La nature

même de cette nouvelle opération constitue la certitude d'un retentissement assuré compte tenu de son aspect éminement journalistique. Ces deniéres années les actions de Fred Forest ont été de plus en plus suivies par les organes de presse.(Voir dossier de presse çi-joint) Il a été notamment l'invité des journaux T.V et de nombreuses émissions de radio.

III- REVALORISATION DE LA NOTION DE " VIDE " DONT LE CONCEPT SE CHARGE À TRAVERS CETTE ACTION PROPOSEE D'UNECONNOTATION POSITIVE.

Dans nos sociétés industrialisées la dimension du sacré doit retrouver de nouvelles formes,de nouveauxxsupports.Un espace "Sacralisé" comme celui que constitue une surface " gelée " dans un grand complexe immobilier constitue un espace potentiel d'évasion et d'imaginaire. C'est le rôle même et la fonction qui seront dévolus à la "sculpture en creux "intégrée dans le corps même du bâtiment d'un grand ensemble. Cela à un endroit judicieusement choisi pour des raisons d'intégration à la réalité architecturale des lieux et à son rapport subjectif à sa signalisation extérieure.Cette situation fait de notre sculpture une alvéole directement incluse et prise dans la matiére de l'espace physique et social qui l'englobe.Cet appartement muré prend alors une dimension mythique extrêmement puissante et évocatrice dans ce contexte et le discours culturel qui le soutient.Comme le trou...fait partie du gruyére cette"sculpture en creux " comme un kyste crée un espace vide dans du trop plein.
Comme l'écrit Claude Levi-Strauss dans sa préface fameuse à l'ouvrage de Marcel Mauss " Sociologie et Anthropologie" (page xLIV P.U.F Paris68) Le Mana désigne chez les indiens de la côte ouest des Etats-Unis un mot qui mentionne le "rien ", le " vide " comme une catégorie susceptible d'être remplie par toutes les interprétations possibles...Il précise que c'est cette notion qui donne au mythe et au récit toute sa possibilité de jeu. "...il représente une valeur indéterminée de signification en elle-même vide de sens,et donc,susceptible de recevoir n' importe quel sens."
Au-delà de cette fonction symbolique nécessaire quelque part à la cohésion de nos sociétés,d'une façon plus circonstancielle cette notion de " vide,"ainsi valorisée,peut permettre aussi de donner une autre perception d'un taux d'occupation insuffisant d'un grand ensemble locatif en neutralisant l'aspect négatif de cette situation.

IV- ANIMATION PARTICIPATIVE ET ASSOCIATIVE DES USAGERS DES LIEUX.
Cette opération indépendamment de son impact mediatique,de son interêt culturel et de sa fonction symbolique peut revêtir,aussi,une dimension sociale exceptionnelle.
Le projet consiste à donner un prolongement dans le temps à l'action de l'artiste par la prise en charge des usagers-locataires de cet ensemble de la " Suclpture en creux ".
La surface de l'appartement " gelé" est découpée en autant de parcelles que de membres d'une association(loi I90I)crée pour la circonstance et chargée de"gérer" la " sculpture en creux ".Des titres de participation sont remis aux locataires selon des critéres qui restent à préciser.Cette association a l'initiative de diverses actions de caractére culturel et joue le rôle de service-loisirs auprés des résidents .
Afin de maintenir dans le temps son existence cette association procéde annuellement au tirage d'un prix offert par le promoteur...qui correspond à un certain nombre de mensualités de charges locatives dont sera exonéré l'heureux gagnant...
Ce paragraphe pourra faire ultérieurement l'objet d'une étude spécifique

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

que nous pourrions réaliser à votre demande.Dans cette perspective suggérée l'artiste pourrait,lui-même,assumer cette animation à la suite d'un contrat qui lui serait fait à ce titre.Cette formule présente l'avantage d'une action non plus ponctuelle mais suivie dans le temps,présentant un caractére d'expérimentation sociale dont l'interêt est évident pour le commanditaire.

V- UN " PLUS " POUR L'IMAGE DU PROMOTEUR:
Au travers de cette opération le promoteur de l'ensemble immobilier concerné bénéficie d'un plus-value certaine sur son image.Le caractére culturel de son initiative constitue un élément novateur et positif.
Il souligne sa volonté de promouvoir une " qualité de vie " liée à la communication sociale et à la fourniture de biens culturels.
Indubitablement l'impact obtenu de ce point de vue et dans la situation considérée sera considérable au niveau régional comme au niveau national.
Au moment où l'idée sponsoring et de mécenat rentre dans les mentalités en France,comme le pratique les sociétés commerciales aux U.S.A depuis bien longtemps,déjà, il y a là,une opportunité à saisir pour prendre rang dans ce créneau parmi les premiers.

VI- CONTRIBUTION DU PROMOTEUR A L'OPERATION:

-Mise à disposition d'un appartement aménagé dans sa fonction de "Sculpture en creux "équipé du dispositif vidéo adéquat.

-Signalisation en facade de la sculpture par un "point" lumineux visible à distance.

-Installation à l'entrée de la résidence d'une " table d'orientation" précisant l'existence de la " Sculpture en creux "sur un plan,et donnant quelques indications brévesur son objet et sa date de réalisation.

-Financement de l'opération d'information lors de son lancement publique.
a)Confection d'un imprimé spécifique.
b)Réalisation d'un communiqué de presse.
c)Expédition d'un mailing de 8.000 destinataires.
d)Organisation et prise en charge d'un vernisage sur place où sont conviés les habitants du lieu et les journalistes.

VI- PARTENAIRES:
Institutions culturelles régionales et locales.
Celles-ci devront prendre en charge les honoraires de l'artiste pour un montant net global de 50.000 F plus ses frais de déplacement.

VIII-PRESTATION DE L'ARTISTE:
-Fourniture,rédaction,mise en forme du concept (Présente étude).

-Suivi de la réalisation.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 22

- Coordination de l'action de presse et préparation du lancement. Fourniture du listing national.

- Présence personnelle lors des différentes manifestations de lancement.

- Eventuelle participation à l'animation de l'Association de la Sculpture en creux soumise à un contrat spécifique qui reste à négocier.

IX- REPRESENTANTS DE L'ARTISTE SUR PLACE ASSURANT LA COORDINATION ET LES CONTACTS AVEC LES INSTITUTIONS EN SON NOM :

- Anne FANCONY

- Pascal FANCONNY

X- CONCLUSION :

Le projet,ci-dessus proposé,posséde toutes les données requises pour constituer une action d'art contemporain exemplaire.
Sa dimension artistique,sociale,philosphique et la personnalité de son auteur en feront un événement de tout premier plan.

J’arrête le temps	1987

Document présentant une version datée de 1987 de *J’arrête le temps*.
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

Autres déclinaisons :

- Œuvre réalisée :

1998 *J’arrête le temps*

- Projets non réalisés :

1983 *Arrêtez le temps et redevenez vous-même*
1983 *J’arrête le temps*
1986 *J’arrête le temps* ou *Opéramédia*
1986 *J’arrête le temps* ou *Métropéra* (prévu pour Cologne)
1991 *J’ai décidé d’arrêter le temps*
1991-92 *J’arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier) (versions A et B)
1993 *J’arrête le temps ou qui m’aime me suive*
1993-94 *J’arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier)
1994 *J’arrête le temps*

1987 J'arrête le temps
Document manuscrit, courrier adressé à Christian Cogez, daté du 06 février 1987, page 01/02. Propositions de projets (dont *J'arrête le temps*)

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

Vendredi 6 Février 1987

Cher Christian Cogez.

Au moment, même, où je termine la rédaction du projet que vous m'avez demandé j'apprends par la radio la dramatique disparition de Michel Barzin...
J'en suis bouleversé.
Le projet "J'arrête le temps" dont je lui avais parlé avait particulièrement retenu son attention ! Sans doute à cause de sa portée "philosophique", et du système de communication mis en jeu s'adressant à un public très large ?

Dans la perspective de son éventuelle réalisation, avec sa disparition, nous perdons un appui précieux. Mais si les idées survivent aux personnes nos chances restent entières.

Ci-joint trois propositions de nature radicalement différente.
- Le projet "J'arrête le temps".
- Un projet de colloque sur l'Esthétique de la communication.
- Une proposition pour associer la F.N.A.C au projet du "Territoire".

1987 J’arrête le temps
Document manuscrit, courrier adressé à Christian Cogez, daté du 06 février 1987, page 02/02. Propositions de projets (dont *J’arrête le temps*)

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

Dès que vous aurez pris connaissance de ces documents je pense qu'il faudrait que nous puissions nous revoir rapidement. J'ai en effet des compléments d'information à vous donner de vive voix.
Dans cette attente je vous prie de croire en l'expression de mes sentiments très cordiaux.

Fred Forest

1987 J’arrête le temps

Document « Projet I », page de garde du dossier, présentation du projet *J’arrête le temps,* joint à la lettre de Fred Forest à Christian Cogez, datée du 06 février 1987, page 01/08

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

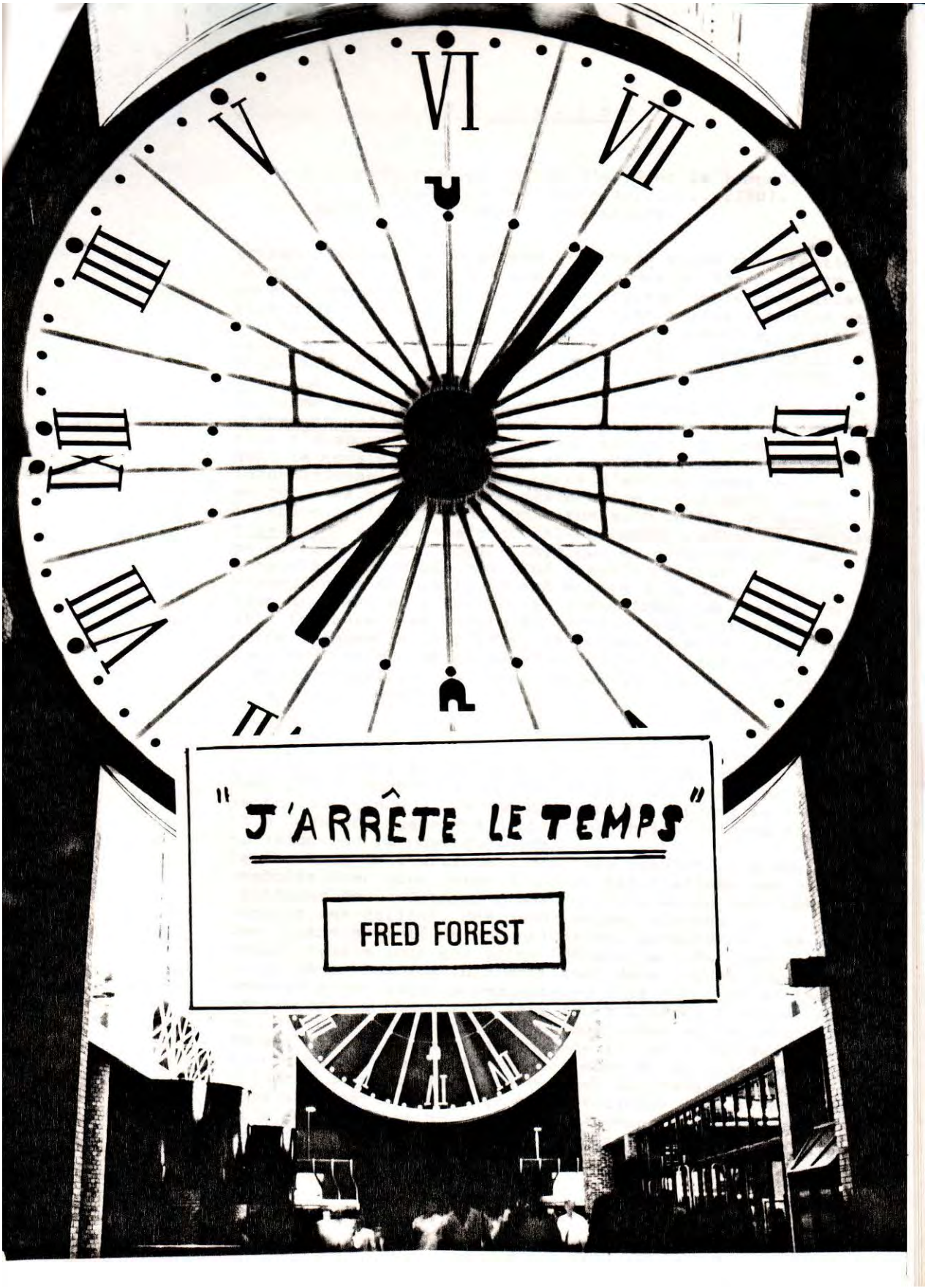
Fred FOREST
TERRITOIRE DU M2
60540 ANSERVILLE FRANCE
Tél. : 44 08 43 05

P R O J E T I

1987 J’arrête le temps

Document « Projet I », présentation du projet *J’arrête le temps,* joint à la lettre de Fred Forest à Christian Cogez, datée du 06 février 1987, page 02/08

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20



Document « Projet I », présentation du projet *J'arrête le temps,* joint à la lettre de Fred Forest à Christian Cogez, datée du 06 février 1987, page 03/08
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

PROJET FRED FOREST

TITRE ET ARGUMENT: " Attention,nous avons décidé d'arrêter le temps".
La date irrémediable est fixée au.....I987.
Dés aujourd'hui, annotez votre agenda.

PROPOS : Action d'animation de presse présentée comme une création originale au titre des nouvelles formes de l'art contemporain.Conçue et réalisée par un artiste de la communication dont la démarche s'appuie sur les nouveaux medias et les techniques d'information.L'oeuvre proposée apparait comme un type d'art tout à fait nouveau représentatif d'une expression spécifique à notre société de communication.
La forme achevée de l'oeuvre s'incarne sous la forme d'un événement mediatique . Evénement mediatique dont la production s'élabore dans un processus temporel programmé dont la consistance se compose des différents matériaux informationnels générés en cours d'action.Cette oeuvre au fur et à mesure de son élaboration prend corps dans l'espace mediatique qui constitue aujourd'hui un nouvel espace social.Un espace social de communication qui double en quelque sorte l'espace physique et géographique dans lesquels l'homme avait évolué jusqu'à ce jour.
Néanmoins cette oeuvre répond encore à la grande tradition de l'art et à ses régles ésthétiques.La fiction qu'elle instaure vise encore à réactiver notre inconscient, notre imaginaire individuel et collectif nous introduisant dans des régions de la sensibilité,de l'intellect,de l'émotion,du plaisir,de la connaissance qui ouvrent une"autre" relation au monde.

THEME : Le théme (ou le prétexte) de réflexion choisi est celui du temps .Sujet auquel nous sommes particuliéremnt sensibles dans la vie moderne (vécu de chacun)au moment où les technologies nouvelles modifient notre rapport au temps. Et à l'espace également.(Approches philosophiques et positions de la physique moderne).
La fonction de l'artiste a toujours consisté à produire des symboles.Hier sous forme d'objets matérialisés par des peintures,des scuptures mises en circulation dans des temples,des églises, des galeries,des muséees...
Dans notre société de communication, aujourd'hui,ces mêmes symboles,mais sous une forme "dématérialisée",seront introduits dans l'espace informationnel dans lequel l'homme est immergé d'une façon permanente au quotidien.Les artistes contemporains comme l'on fait leurs ainés à d'autres époques se doivent d'élaborer les nouveaux codes et les nouvelles formes de l'art.L'action proposée,ici,se situe dans un esprit délibéremment ludique,et même si elle se donne comme objectif de nous placer face à nos angoisses,nos comportements,nos conditionnements c'est toujours sous l'angle du coin de l'oeil et du recours à l'humour.Faisant appel à la complicité du public et à sa participation active.

FORME : Confection d'un évenement mediatique de portée nationale. L'événement est " construit " dans une dimension temporelle programmée sur un déroulement de plusieurs mois. Ses techniques de mise en place relévent des méthodes relatives à une campagne de presse. Les supports utilisés: Mailing, affichage, presse écrite, radio, télévision... et des supports inédits propres à ce type d'action. Les contenus véhiculés en rapport avec le théme du temps utilisent les faits générés par l'actualité.

DEROULEMENT: L'action se découpe en trois phases:

I- Une campagne d'information, de sensibilisation et d'implication s'étalant sur une durée déterminée de trois mois par exemple. (Fabrication de l'événement jusqu'au jour final fixé).

2- Le point culminant d'aboutissement: le jour et l'heure fixée pour l'arrêt du temps.

3- L'exploitation des matériaux réunis relatifs à cette action sous forme d'une publication et de la confection d'une exposition itinérante qui pourra être présentée dans différents musées et lieux culturels en France et à l'étranger

Complément d'information sur la phase I :
-Nature des contenus:

- Un artiste à décidé d'arrêter le temps. (?)
- Pourquoi ?
- Comment ?
- Les conséquences prévisibles et imprévisibles ?
- Domestiques, physiques, psychologiques, sociologiques, politiques, économiques etc... traitées bien entendu sur le mode de l'humour.
- L'avis des "spécialistes" sur cette éventualité: personnalité diverses du monde universitaire, scientifique, politique du spectacle, des media...
- Consignes de sécurité à observer dans notre univers domestique, familial et professionnel pour faire face à cette situation sans précédent....
- Comment utiliser au mieux notre temps avant cette écheance?
- Comment l'utiliser aprés?
--Comment choisir un bon fauteuil, et où nous installer?
- Comment s'habiller et s'équiper pour la ciconstance ?
- Que mettre sur ses genoux dans un sac à porté de la main (on sait jamais ?)
  Interroger à ce sujet....Françoise Dolto, Platini, Charles Pasqua, Yves Mourousi et consorts. Ils s'exprimeront sur le théme: si le temps s'arrête, moi je....

Cet inventaire n'est donné, ici, dans ce pré-projet qu' à titre purement indicatif pour donner une idée de l'esprit et des modalités de déroulement.

Le public peut être sondé, le public peut être sollicité de donner son avis, ses conseils....(Correspondances, téléphone, télématique...)

Tout au long de cette phase les différents points de vente et d'animation de la F.N.A.C servent de supports d'information faisant le point sur le déroulement de l'opération: j'arrête le temps.

-Distibution de questionnaires participation.
-Remise de tickets capitalisant des heures,des minutes, des secondes donnant droit à des réduction ou avantages quelconques...

-Exposition thématique de livres sur la problématique du temps.

-Conférences-débat de l'artiste à Paris et en province.

-Conférences d'écrivains ,de sociologues,de philosophes sur ce théme du temps.
-Présentation de techniques qui arrêtent le temps:l'appareil photo (concours de photo pour arrêter le temps) qui mémorisent ou reproduisent le temps:le magnétophone,le magnétoscope.

Etc...Etc...Etc...

Complément d'information sur la phase II

Multiplication des information rappelant l'heure.
Présence de l'artiste sur un media télévisuel de grande audience à l'heure fatidique prévue : du direct + une séquence ou une émission specifique préparée.
Le temps ne s'arrête jamais pour l'information,la vie continue pour chacun dans son propre univers.Fred Forest l'artiste a disparu en direct.... bien sûr on ne peut arrêter le temps que pour soi-même.

Complément d'information sur la phase III
-édition.
-expositions
-réalisation d'un document vidéo globalisant l'expérience produit vendu aux T.V et aux muséees.

IMAGE DE L ACTION: Toute l'opération est montée comme la contribution de la F.N.A.C au domaine de la culture et de l'art sous leurs formes les plus avancées explorant les champs de l'expression,la création, la communication du monde moderne.Mise en rapport d'actions comme celles de Christo qui interviennent encore d'une façon"classique" (emballage du Pont-Neuf) dans l'environnement physique et notre action qui se manifeste,en rupture avec tout ce qui a été fait , dans ce nouvel espace : l'espace mediatique,électrique et électronique.

1987 J'arrête le temps
Document « Projet I », présentation du projet *J'arrête le temps,* joint à la lettre de Fred Forest à Christian Cogez, datée du 06 février 1987, page 06/08
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

PROPOSITIONS ANNEXES:

- Des emplacements urbains privilégiés servent de supports visuels permanents à l'évenenement (fonction de rappel à la campagne développée dans les media).
  Horloge effectuant le compte à rebours au sommet de tel ou tel immeuble....
  Vitrines de telle ou telle chaîne de distibution présentant des collections d'horloges,montres et instruments divers de comptabilisation du temps....
  Cabines téléphoniques installées dans l'espace urbain,dans des lieux publics,identifiées comme des supports de l'action,permettant d'appeler l'horloge parlante.
  Transmission en direct d'informations horaires par slow-scan émanant de différents points du globe.
  Etc...Etc...Etc...

Recherche de partenaires:

- la F.n.a.c reste l'initiateur principal de l'opération. Toute l'information générée à ce sujet le manifeste explicitement.
  Néanmoins pour des raisons logistiques et un éventuel élargissement du budget d'autres partenaires peuvent être associés à l'opération si nécessaire.
  (Je pense notamment à la société Sayag-Electronic qui peut mettre à notre disposition de journaux à diodes lumineuses- équipement du stade de l'O.M de Marseille).

  - Groupe de presse multi-media de stature national.
  - Chaîne de télévision.
  - Radios.
  - Société d'affichage urbain.
  - Groupe d'édition.
  - Cartier avec sa fondation d'art contemporain

  Etc... Etc... Etc...

BUDGET:

-En l'état actuel de la proposition il serait prématuré de vouloir en déterminer le budget dans le détail.Il s'agit d'un projet aménageable élaboré comme base de discussion et de concertation.
Le projet doit se préciser afin que dans un second temps puisse être évalué la fourchette financière dans laquelle il devra s'inscrire.

Des postes peuvent être d'ores et déjà inventoriés:
-Budget d'étude..... 20.000 f
-Budget achat d'espaces.
-Budget information-promotion.

Document « Projet I », présentation du projet *J'arrête le temps,* joint à la lettre de Fred Forest à Christian Cogez, datée du 06 février 1987, page 07/08
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

-Budget implantation diverses.
-Budget organisation conférences et débats.
-Budget couverture vidéo et photo.
-Frais divers.
-Honoraires de l'artiste.
-Honoraires de son assistant.

Un budget de 400.000 francs constitue déja une base réaliste et solide qui permet d'envisager une action significative.Ce montant pouvant toujours être élargi par la participation de partenaires choisis.

ROLES:

Fred Forest concepteur-réalisateur est le maître d'oeuvre du projet dont il assure la fourniture du soft et la coordination d'ensemble à l'aide de son assistant.Il travaille en collaboration étroite avec un représentant de la F.n.a.c qui contrôle la mise en place des différentes phases.

Echange réciproque:

-La F.n.a.c apporte à Fred Forest les moyens financiers,techniques, logistiques réaliser une action de grande envergure.

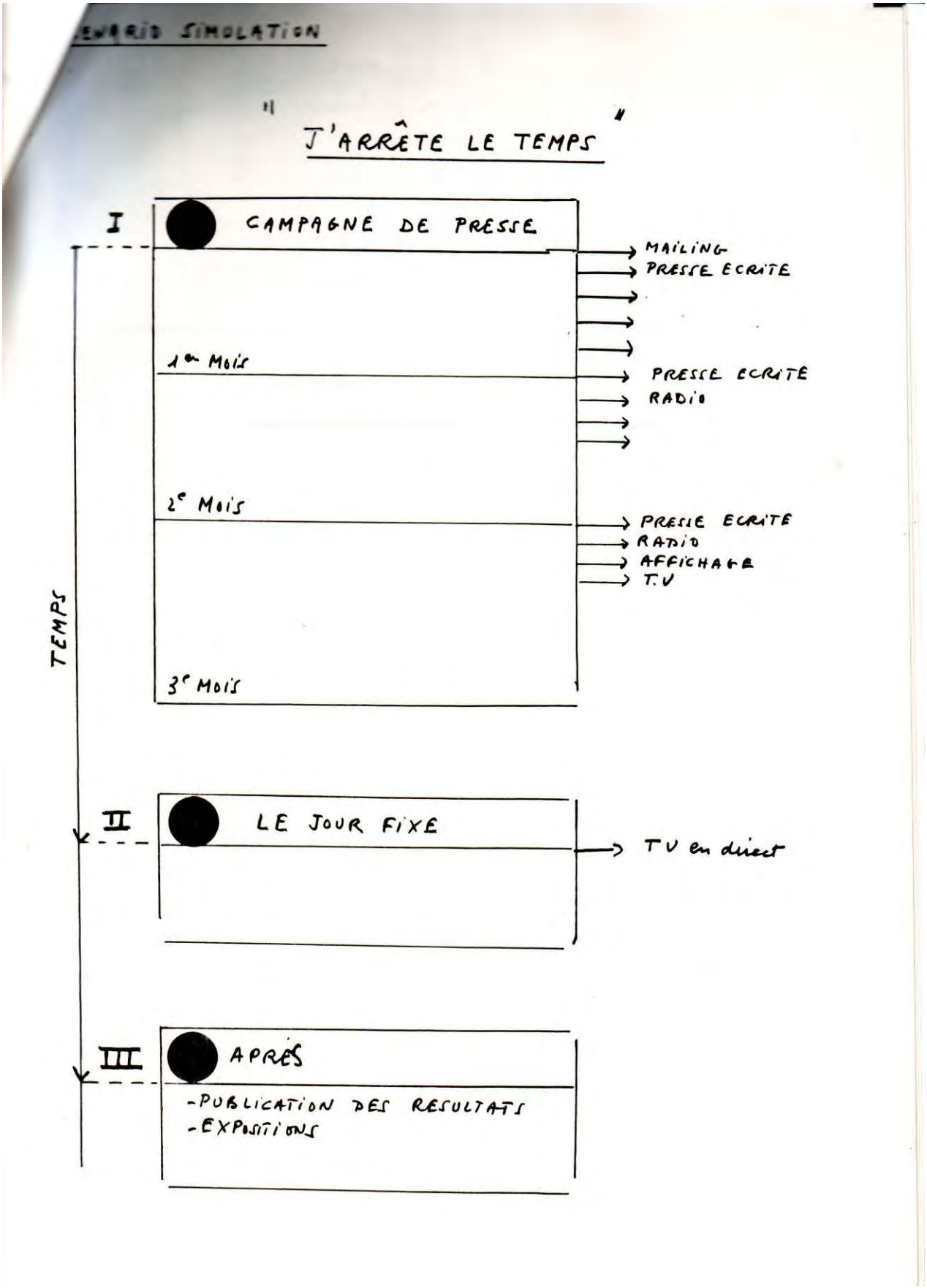
-Fred Forest apporte à la F.n.a.c son image d'artiste international de recherche.De précurseur en France dans les domaines de la vidéo. De théoricien de deux mouvements artistiques importants dont il est co-fondateur.D'universitaire titulaire d'un Doctorat d'Etat enseignant à la Sorbonne et animateur d'un séminaire sur l'art,la communication et les nouvelles technologies.

Fred Forest associe la F.n.a.c à ce qui restera comme un moment historique des nouvelles formes d'art avec une idée inédite et originale qui constituera un événement national touchant le grand public, les milieux de l'art, les milieux de l'Université,les milieux des medias et de la communication.
Il lui donnera l'opportunité de décliner dans différents régistres cet événement en le mettant en relation avec les produits et les services qu'elle offre au public.
Il lui offre une action sur mesure compatible à son image grand public associée à la culture et une connotation de technicité ouverte sur les loisirs du futur.

1987 J’arrête le temps

Document « Projet I », présentation du projet *J’arrête le temps,* joint à la lettre de Fred Forest à Christian Cogez, datée du 06 février 1987, page 08/08

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20



Série de projets et programmes destinés à la télévision	1987

Dossier regroupant une série de projets destinés à être proposés aux chaînes de télévision (certains d'entre eux correspondant à des œuvres précédemment réalisées) :

La photo du téléspectateur
La télévision qui coule
La brique qui brise le verre de votre écran
La lumière qui s'allume
Le sablier
Qui va s'asseoir sur cette chaise ?
Le portrait
Vos objets, « vedettes » de la télévision française !
Qu'est-ce qu'un trou de serrure ?
L'autographe

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

(1)

Fred FOREST
TERRITOIRE DU M2
60540 ANSERVILLE FRANCE
Tél. : 44 08 43 05

PROJET TELEVISION

1- La Photo du Téléspectateur.
Expérience déjà communiquée lors de ma précédente correspondance.

2- La télévision qui "coule".
L'émission est éventuellement précédée par une série d'annonces dans la presse écrite du type :
" Attention votre télévision risque de "couler" tel jour, à telle heure, si vous regardez TF1 - Nous vous invitons par mesure de précaution à glisser un récipient sous votre téléviseur... La direction de la chaîne dégage : toute responsabilité si vous ne suivez pas à la lettre ces instructions ! En cas de fuite prolongée appelez notre service d'urgence mis en place pour la circonstance : 42.75.22.03 téléphone vert "

Sur les écrans, un gros plan fixe, un robinet qu'une main ouvre en début de séquence et referme en fin de séquence - Sur toute la durée de la séquence l'eau s'échappe violemment par le robinet - bruit amplifié de l'eau qui gicle. Des messages écrits défilent au bas de l'écran du type :

(2)

" Si votre téléviseur fait appeler notre standard au 42.77.22.03 – Nous n'arrêterons le robinet qu'à la réception des premiers cent appels ."

3 – La brique qui brise la vue de votre écran.

Sur l'image d'une brique en gros plan, posée au sol, une voix-off annonce au téléspectateur : " Aujourd'hui Fred Forest a décidé de s'attaquer directement à votre téléviseur. En deux minutes trente sept secondes il va tenter de détruire sous vos yeux la surface bombée de votre écran – Tenez-vous à distance pour éviter les projections de verre !

Image : La main en gros plan de Fred Forest se saisit de la brique. Une vitre transparente est interposée dans le studio entre la caméra qui filme et la brique qui viendra la heurter dans une lente progression de plus en plus fort jusqu'au moment où elle se brise ! Le dispositif donne l'illusion au téléspectateur tout au long de la séquence que la brique tape de l'intérieur contre la vue de son écran. Le son est monté, en crescendo, jusqu'à la limite du supportable ...

4 –

La lumière qui s'allume.

Ce type d'expérience se réalise en direct, de préférence. Dans le cas contraire, dans la dimension ludique, on fait ... comme si c'était du direct ! Fred Forest comme un démonstrateur d'appareils ménagers explique aux téléspectateurs le fonctionnement de l'appareil qu'il tient en main. Il s'agit d'un signal téléphonique lumineux mis à la disposition des malentendants dans toutes les agences commerciales des P.T.T. ... Une grosse lampe rouge clignote se substituant à la sonnerie habituelle. Il en explique le fonctionnement

(3)

avec force détails et un jargon pseudo-technique comme s'il s'agissait d'un instrument extrêmement sophistiqué...
L'explication épuisée, je fixe l'objet sur la table, procédant avec une minutie étudiée à son branchement téléphonique et électrique.
J'annonce aux téléspectateurs, alors, qu'ils vont pouvoir depuis chez eux... allumer ce spot et en contrôler l'effet sur leurs écrans !
Différentes variantes peuvent être proposées sur ce dispositif qui voit (en différant de plusieurs lignes) de l'apparition d'un mot lumineux lettre par lettre... à un jeu qui consistera à rendre "visible" un objet, un une personne, par éclairages successifs qu'allument sur appels téléphoniques des téléspectateurs

5- Le Sablier.

Fred Forest offre ce jour aux téléspectateurs de l'émission, qui en formuleront la demande, sous forme d'un petit sachet de sable fin, des minutes supplémentaires de vie ! Introduction d'une "minute" de sable dans la partie haute d'un sablier - gros plan du sablier - Ecoulement du sable en plan fixe sur toute la durée de la minute, et très gros plan, avec recherche esthétique de l'image. Zoom arrière, fin de séquence.

6- Qui va venir s'asseoir sur cette chaise ?

Une chaise vide, isolée dans l'espace, en une semi-lumière, attend manifestement quelqu'un. Plan fixe sur toute la durée, après un travelling d'approche
Des indications défilent et se succèdent au bas de l'écran - Son : ambiance sonore de nature matinale quand les fidèles prennent place -
Les indications visent, sous une forme lacunaire, à donner, l'une après l'autre, des informations qui

(4)

vous permettent d'imaginer qui, d'un instant à l'autre, va soudain apparaître pour s'asseoir sur la chaise ?

- " Vous devez deviner qui va rentrer, par le côté gauche de votre écran, pour s'asseoir les jambes croisées sur cette chaise "
- " C'est un homme. "
- " Il a les dents longues "
- " Il porte un costume trois pièces "
- Il est né à ....
- Il chausse du 44 ...

etc...

Enfin, entre et s'assoit, sans un mot, une personnalité de la politique, des medias, du show-biz ou des arts. Il s'agit toujours d'un personnage très connu du public.

Cette proposition dite de la "chaise vide à remplir" peut faire, à elle seule, l'objet d'une série.

7- Le portrait.

Téléspectateurs à vos crayons : Fred Forest installe une personnalité dans un atelier de peintre sur une sellette. Gros plan sur le visage de la personne. Les croquis sont renvoyés à l'émission et font l'objet d'un montage diffusé lors de l'émission suivante. Ce portrait peut se faire faire aussi à partir d'une photo.

- "Fred Forest vous invite à faire le portrait de... vous avez trois minutes - La fantaisie n'est pas interdite mais la ressemblance reste toujours le but recherché ! Au travail ! "

(L'on comprend très bien le parti qui peut être tiré en utilisant comme modèle-sujet des personnalités politiques)

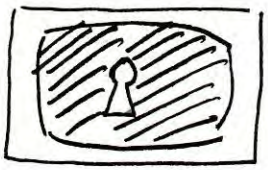
(5)

8. Vos objets "vedettes" de la TV Française !

Adressez-nous, par la poste, des petits objets personnels. Dans une semaine, assis devant votre télé, vous allez les regarder passer, de gauche à droite, les uns après les autres sur votre petit écran ! Mais chacun des objets que vous nous enverrez va devoir "dire" quelque chose en s'adressant aux téléspectateurs - une phrase courte, de dix mots au maximum, que vous devrez nous envoyer en même temps que votre objet.
On a compris, sans difficulté, le montage auquel donne lieu le matériel recueilli.

9. Qu'est-ce qu'un trou de serrure ?

Qu'est-ce qu'un trou de serrure dans un téléviseur ? Toute explication de Fred Forest au cours de laquelle, en se servant d'un feutre large, il noircit la surface de l'écran laissant apparaître, en réserve, un trou de serrure ! A quoi sert un trou de serrure



dans un téléviseur ? Un trou de serrure dans un téléviseur sert à regarder à l'intérieur du téléviseur. Maintenant, approchez-vous, et regardez dans votre téléviseur - Collez votre œil contre le trou de serrure :
Série d'images rapides, hétéroclites et provocants.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

(6)

10 - L'autographe.

Après ces dix expériences que je vous ai fait subir il était légitime de récompenser votre patience ! Mais ne dernière fois, j'ai besoin encore de votre participation - vous allez avoir droit à un autographe que je vais vous signer, chez vous, à domicile -

Prenez une feuille blanche, genre papier à machine. Appliquez-la, directement, sur votre écran. Vous voyez elle doit tenir toute seule ! Centrez-la au milieu de votre écran ! D'ici quelques secondes vous allez voir clignoter un point rouge. Appliquez votre stylo feutre et suivez maintenant son déplacement en traçant _____ les lettres qui se dessinent !

En guise d'autographe on fait écrire au téléspectateur tout autre chose, qui pourrait être du genre :
" Oui, j'aime faire l'amour avec la télévision ! "

Patientez : un homme va entrer et décrocher le téléphone	1987
Document présentant une action prévue en partenariat avec la Fondation Armando Verdiglione, à Milan (Italie) et une chaîne de télévision. Ce projet renvoie à *Célébration du présent*, réalisé à Salerne, en 1985 (voir Catalogue Tome II). Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23	

1987 Patientez : un homme va entrer et décrocher le téléphone
Document manuscrit « Patientez : un homme va entrer et décrocher le téléphone. Emission spéciale de la TV privée. Dans la presse écrite plusieurs pages d'annonces … », page 01/02

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

" PATIENTEZ :
UN HOMME VA ENTRER ET DÉCROCHER LE TÉLÉPHONE "

Emission spéciale de la TV PRIVÉE.

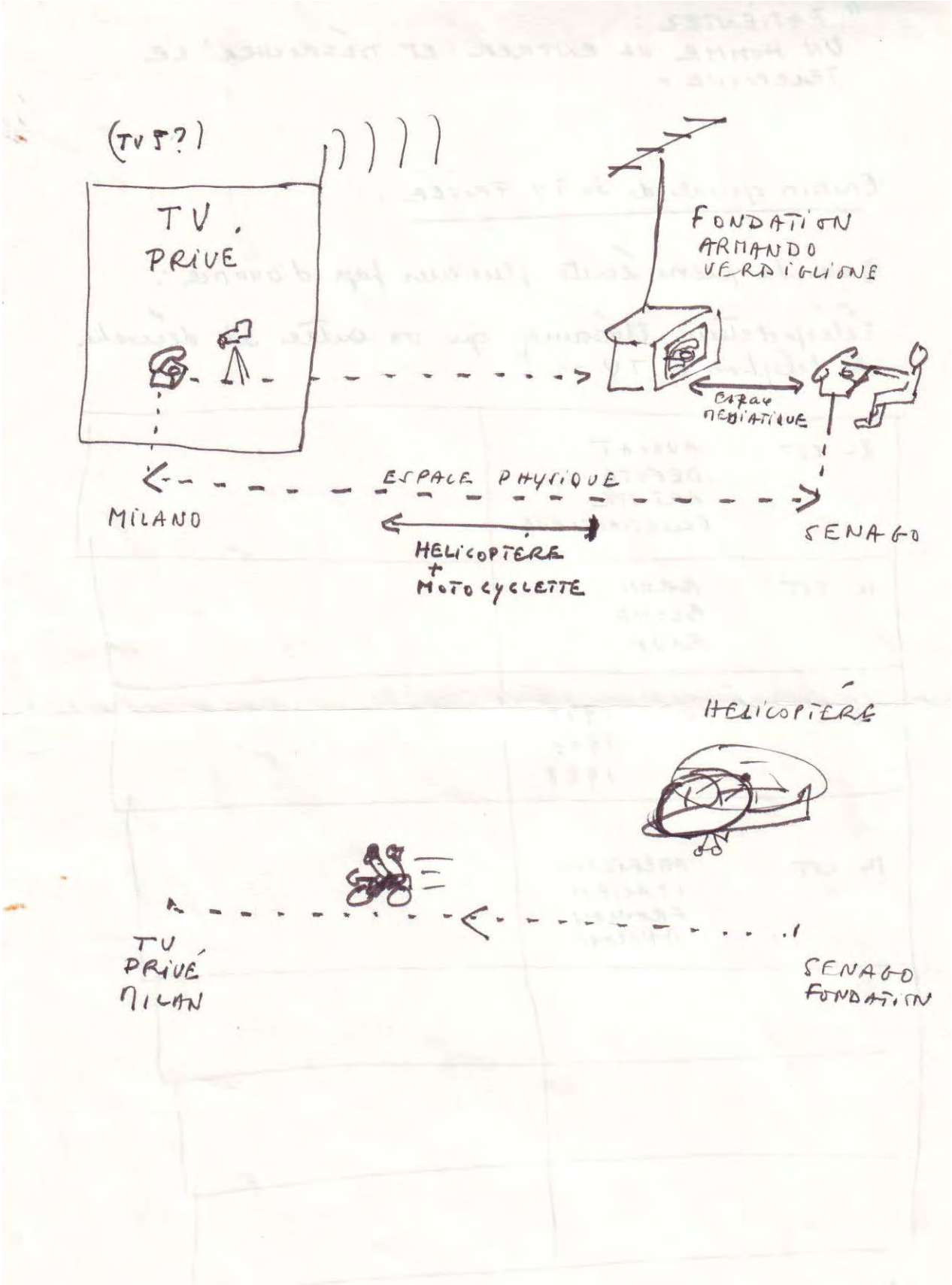
Dans la presse écrite plusieurs pages d'annonces :

Téléspectateurs découpez qui va entrer et décrocher le téléphone à TV 2c -

IL EST	AVOCAT DEPUTÉ ARTISTE ECCLESIASTIQUE	
IL EST	BRUN BLOND ROUX	
IL EST NÉ EN	1942 1933 1938	
IL EST	AMERICAIN ITALIEN FRANCAIS ANGLAIS	

1987 Patientez : un homme va entrer et décrocher le téléphone
Document manuscrit « Patientez : un homme va entrer et décrocher le téléphone. Emission spéciale de la TV privée. Dans la presse écrite plusieurs pages d'annonces … », page 02/02

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23



L’anti-monument, le non monument, notre monument - Le symbole France-Japon	1987
Document présentant un projet intitulé « L’anti-monument, le non monument, notre monument – Le symbole France-Japon ». Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23	

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

PROJET FRED FOREST

"L'ANTI-MONUMENT, LE NON MONUMENT, NOTRE MONUMENT"

- LE SYMBOLE FRANCE-JAPON -

- Si le beau nom de **monument** renvoyait uniquement. Restrictivement. aux idées reçues :
  architecture de pierre,
  érection-étalement de béton,
  sculptures de marbre, stèles de granite et mausolée minéral.

  A l'idée d'empilement : raisonné. D'accumulation savante, astucieuse, spectaculaire quelque fois paradoxale ...

- S'il renvoyait, de même : Façon mode ; à la notion élargie d'évènement visuel : spectacle son et lumière, computérisé et recyclé lasers. Mise en scène, cinético-lumineuse garantie. Version technologiquement améliorée des fontaines lumineuses et des pyrotechnies de toutes espèces.

- Voire : la Tour Eiffel, ou la statue de la liberté ; elles-mêmes.

- **LE PROJET PROPOSE, ICI, NE SERAIT PAS UN PROJET DE MONUMENT.**

  Il y aurait nécessité d'avancer, alors, le concept d'**anti-monument**" ; et plus pertinemment, encore, celui de "**non-monument**".

- Mais forcément un **Symbole France-Japon** conçu pour marquer le 3e millénaire étant autre chose : notre projet est donc bien un projet de **monument**.

- Dans le concept que nous avons retenu la **vision** n'est plus le principe constitutif de **monument**. Ce n'est plus sa "visibilité", ni sa tangible appréhension physique qui lui donne existence, de fait. Le monument France-Japon, comme signal d'une civilisation fluide et métamorphique, sera lui-même, au-delà de cette fluidité métamorphique : construction immatérielle.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

- Perdant son caractère de repère géographique localisé. Il se dissout dans l'espace, en même temps qu'il s'y propage et s'en approprie : épousant sa **"forme"** spécifique.
  Cette forme globale se définissant, désormais, non plus par une quelconque tension. Que cette forme soit définie par une poussée de l'intérieur vers l'extérieur ou inversement. Mais par un filet, un réseau, à la fois interne et externe.
  Enveloppement, en même temps que **remplissage**, aussi bien dans la simultanéïté des échelles pour un espace planétaire collectif que pour la détermination d'un espace personnel intime : "**tout étant dans tout**". Comme le signalait déjà à sa façon, Anaxagore sans doute mais très certainement Boudha, lui-même, car une culture du 3e millénaire ne saurait être spécifiquement Française et Japonaise mais les trois à la fois.

- En postulant affirmativement que la vision n'est plus le principe constitutif de notre monument, nous affirmons que **sa forme** sera exclusivement définie par **ses fonctions**.
  En tout état de cause il aura l'extrême avantage (rupture historique ?) d'échapper aux pièges et aux malentendus du **style** - ne restant tributaire, du point de vue de la **forme** que **des techniques qui conditionnent son fonctionnement** et qui périssables devront évoluer dans le temps, par continue auto-génération.

- Le **monument** se donne comme la **représentation** de l'**abolition** des **représentations**.

- Le **monument** est une mémoire totale. Il est obligatoirement connecté à toutes les banques de données planétaires.

- Notre signal, France-Japon, s'édifie dans la civilisation de la **simulation intéractive** qui donne accès **à un nouvel espace perceptif** : c'est dans cet espace global, sans frontières définies qu'il se met en oeuvre, comme **monument** à part entière. Il constitue un **instrument** de **rituel** au service du **sacré**. Il contribue, toutes cultures confondues, à une totale reconstruction de notre rapport au réel.

- En exploitant toutes les ressources offertes par la télématique, les vidéo-transmissions par satellites, les systèmes de télécommande d'action à distance, l'intelligence artificielle : il fait communiquer le monde avec lui-même, et met les individus en **comuta-communion**.

- Le **monument** selon des rites renouvelables, fonctionne comme un outil technologique de prestations de service, offrant aux usagers de les acheminer vers cette terre promise où les différents **temps** : celui des rythmes biologiques, le temps des horloges, celui des cultures, celui de l'histoire, le temps des techniques, le **temps profane**, le **temps sacré** se rejoignent pour se confondre et s'unifier dans un **temps unique** supra-sensible.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

ANNEXE

- MONUMENT I ET MONUMENT II :

Par contre, s'il s'agit de concevoir un instrument de signalisation, de commémoration, de célébration, de partage symbolique fonctionnant avec des rituels nouveaux (procédures) en interactivité, nous sommes dans le sujet.

- PESANTEUR, APESANTEUR :

Dans les deux cas il s'agit (mais à deux époques différentes...) du même défi. **Un défi lancé au temps.** Dans le premier cas, ce défi est relevé comme une réponse directe aux lois de la gravitation universelle. Incantation matérialisée, la plupart du temps, dans la pierre. Le colossal, le gigantesque, l'énorme visant, par leur enflure même, à se donner à voir comme preuve manifeste de leur (propre) éternité. Tentative (desespérée) de nier la chûte inéluctable des objets. De nier les effets pervers de la **pesanteur** quand ils se conjuguent à ceux du temps... pour tout ramener, aujourd'hui ou demain au plus tard au niveau de l'horizontalité absolue.

En colonisant l'espace, l'homme contemporain a expérimenté l'état d'**apesanteur** et fait une découverte : il a découvert que les pierres restent en suspension dans le ciel ! A partir de ce moment tout a changé. Il a compris qu'il avait désormais perdu un repère déterminant pour mesurer l'éternité et défier le temps. Tous les monuments de la terre, jadis utiles comme instruments de mesure, sont devenus des "oeuvres d'art"... Des oeuvres d'art seulement ! Ce qui n'était pas si mal, déjà, mais insuffisant.

Il a compris que pour exorciser le temps, il ne suffirait plus, ici ou là, d'empiler des cailloux ou d'ériger des tours de fer et de béton avec quelque génie que ce soit.

L'homme a compris qu'il venait de changer d'époque. Il a compris que s'il devait satisfaire à son rôle et son besoin nécessaires d'arpenter le sacré, il devrait inventer d'autres repères, de nouveaux signaux, de nouveaux monuments.

- REDONDANCES UTILES :

Le **monument** que nous proposons, et que nous continuerons d'appeler ainsi, uniquement par commodité de language, n'est plus un **monument** "résistance", ni un monument "à figer le temps" : c'est un **monument** polyforme, invisible dans sa plus grande partie. En perpétuel mouvement. Ce n'est pas un **monument** qui ne se regarde pas : c'est **un monument qui ne se voit pas.** Où que l'on soit, **on est toujours dedans** : à Paris, à New-York, comme à Tokyo encore plus forcément ! C'est en quelque sorte un **monument** "environnemental" qui est tout autour de nous. A la fois relais, filtre et amplificateur d'informations. **Monument** d'enveloppement et d'accompagnement, il régule nos échanges d'une façon synchrone avec le milieu naturel et informationnel et nous met en commutation (communion) à distance avec nos frères : **les autres.**

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

- **DERNIERES RECOMANDATIONS :**

Ce qui va nous permettre de définir sa "forme" (son anti-forme) c'est uniquement ses fonctions.

Il est important, ici, de préciser qu'à aucun moment il est autorisé de penser que l'ensemble des installations techniques nécessaires à sa mise en oeuvre puissent constituer le **monument** en soi. Il s'agirait en l'occurence d'une regrettable méprise ayant son origine dans des codes et habitudes perceptives et culturelles antérieures.
En toutes circonstances la forme de notre **monument** n'est déterminée que par la fonction (les fonctions) mises en oeuvre à un moment donné :
Fonctions passives, fonctions actives, mémoires mortes, mémoires vives.
Il ne faudrait pas prendre, comme au XXe siècle, le support pour le **monument**, lui-même. Une erreur d'appréciation dont a été, peut-être, déjà victime la Grande Pyramide (?). Si, ici où là, le **monument** laisse encore émerger comme des traces à rebours quelques signes visibles, ce n'en sera qu'une écume légère produite (pourquoi pas ?) par des jumbotrons de l'industrie Franco-japonaise dont nous n'avons rien contre le fait d'assurer la promotion. Léonard de Vinci assurait bien déjà celle de ... François 1er.

Ici repose le temps	1987
Projet présenté aux commissaires de la Documenta 8, Kassel (Allemagne), dont le thème était « Le devoir social de l'art ». *Ici repose le temps* ayant été refusé par l'organisation, Fred Forest installera sans autorisation dans les espaces d'expositions de la Documenta, l'œuvre intitulée *Nombre d'or et champ de fréquence 14000 Hertz* (voir Catalogue Tome II) Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA16	

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 16

Projet non réalisé

PROJET FRED FOREST

documenta 8 1987

TITRE: - " Ici repose le Temps "

ESPRIT: -Ma démarche artistique fondée sur l'Art Sociologique hier, et aujourd'hui sur l'Esthétique de la communication (I) s'est constituée d'une façon suivie autour des problémes sociaux et ceux qui touchent à la conscience de l'environnement dans notre société technologique.

CONCEPT: - Installation multi-media évoquant un rituel sur le Temps. Dispositif de communication visuelle utilisant comme matériaux: le marbre, des diodes électroniques, des lignes téléphoniques. Le concept proposé a pour but de poser le problème philosophique du Temps à l'aide de moyens formels plastiques et électroniques. Par ce dispositif, de mettre en évidence l'expression et la perception sociale et psychologique du Temps dans son rapport avec l'évolution des cultures. De souligner dans notre rapport au Temps dans notre société de communication notre possibilité de nous manifester et d'agir à distance. (abolition de l'espace) par des technologies qui se généralisent dans notre quotidien.

FORME: - (voir croquis ci-joint)
Le projet se réalise sous forme d'une installation dont la perception globale par son apparence physique, matérielle et théâtralisée s'attache fortement à susciter la dimension esthétique chez le visiteur.
L'installation se constitue comme une sorte de stéle dédiée au culte du Temps. (monument, environnement, lieu et objet de culte). Les différents éléments de cette installation sont organisés sur place dans l'espace disponible dans une mise en scéne qui vise à traduire une théâtralisation du Temps et de l'histoire.

Eléments constitutifs:

-2 plaques de marbre gravées.
-I journal lumineux à diodes électroniques effectuant le passage mobile, animé et coloré de différents messages. Disposant, en outre, d'une horloge électronique intégrée (brevet Sayag-electronic).
-un socle de bois peint uniformément en blanc constituant un podium à plusieurs niveaux.
- I tableau de visualisation électronique permettant à partir de points lumineux la reconstitution intégrale d'une image vidéo animée. (Prototype expérimental Sayag-electronic)

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 16

- 2 lignes téléphoniques:
  - Une ligne téléphonique d'arrivée branchée sur le dispositif permet tant de mettre en marche celui-ci par simple appel téléphonique. (Fonctionnement intermittent du tableau à diodes électroniques)
  - Une ligne téléphonique départ, avec monnayeur automatique, permettant au public sur place dans la documenta de déclencher le dispositif.

FONCTIONNEMENT:

- L'installation existe en tant qu'objet à regarder dans l'agencement de ses différent élément constitutifs matériels. Elle consacre la présence d'un monument rituel qui renvoit à l'évocation du Temps.

- Un premier dispositif lumineux (le journal électronique à bande passante) fonctionne en permanence donnant diverses informations et, régulièrement, fait apparaître l'heure du moment grâce à son horloge intégrée.

- Le second dispositif lumineux (le tableau électronique de visualisation) fonctionne par intermittence par déclenchement des appels téléphoniques. Ces appels émanent soit du poste automatique installé près de l'oeuvre, soit de n'importe quel téléphone public ou privé en Allemagne ou à l'étranger. Aucune taxe téléphonique n'est imputée car c'est uniquement le déclenchement de la sonnerie qui impulse par cellule photo-électrique la mise en marche du systéme.
  Une large information de presse communiquant ce numéro d'appel sera préalablement diffusée à l'ouverture de la documenta. Cette possibilité consacre la participation du public à distance par l'utilisation du réseau téléphonique et élargie l'espace de la documenta à l'espace total du globe terrestre.

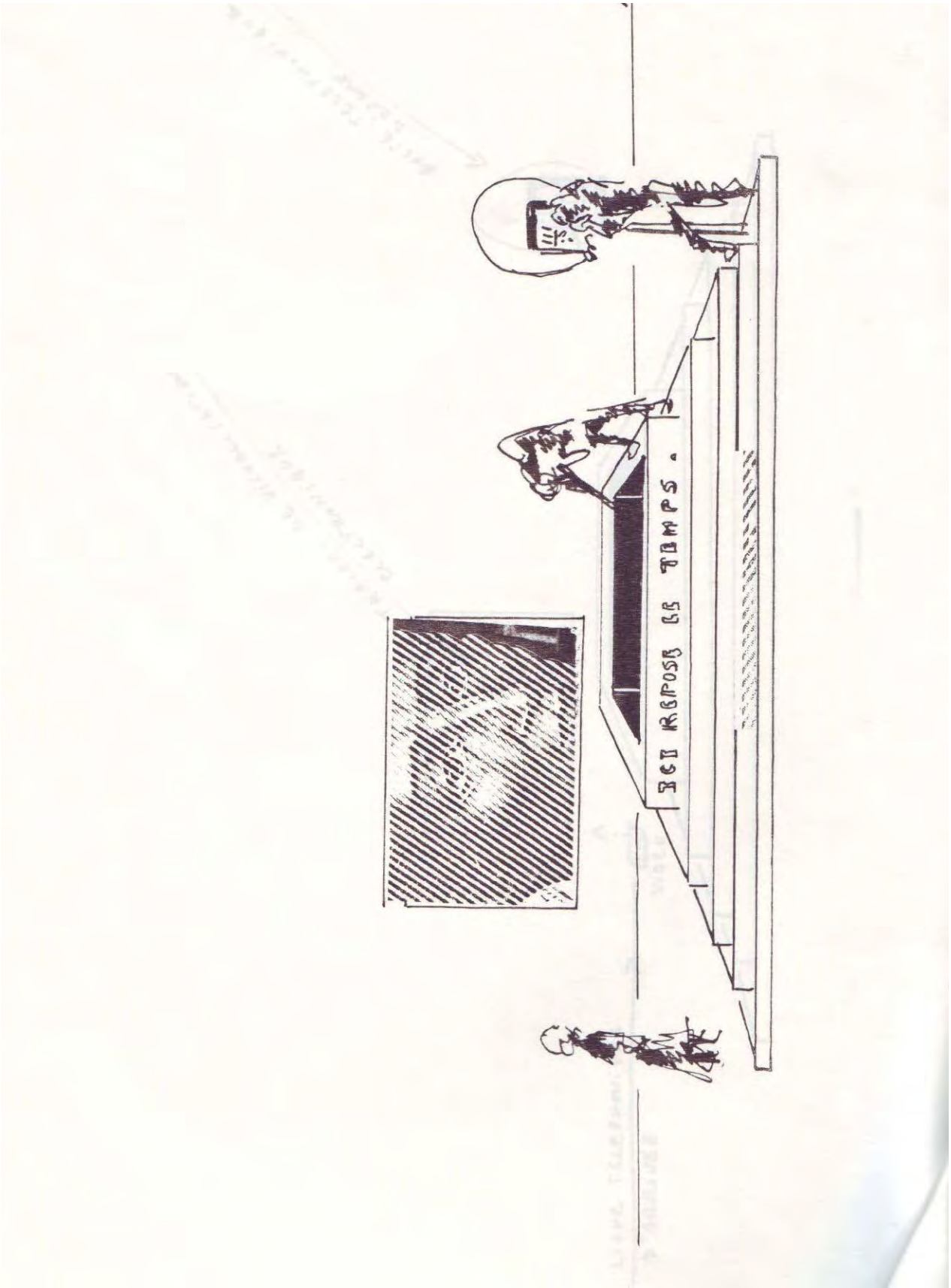
MODALITES PRATIQUES D'INSTALLATION DE L'OEUVRE:

- l'artiste et la Société Sayag-Electronic de Paris assure la mise en oeuvre en fournissant les différents éléments constitutifs qui la constitue.
- la question de la fabrication du socle (podium) reste à déterminer
- les deux lignes téléphoniques sont commanditées par la documenta ainsi que le poste téléphonique à monnayeur automatique.
- par tous ses moyens d'information personnels la documenta diffuse dans la presse le numéro que le public doit appeler et, aussi, par une dizaine d'annonces spécifiques publiées dans la presse écrit en Allemagne. (espace social de l'information)

- les dimensions de l'oeuvre seront définitivement déterminées en fonction de l'espace attribué. Une réduction de ses éléments constitutifs peut être envisagé en cas de nécessité tout en conservant le même concept de base dans une présentation plus modeste sous forme d'un objet et non d'un environnement.
  Les délais de réalisation demande une réponse rapide de la documen

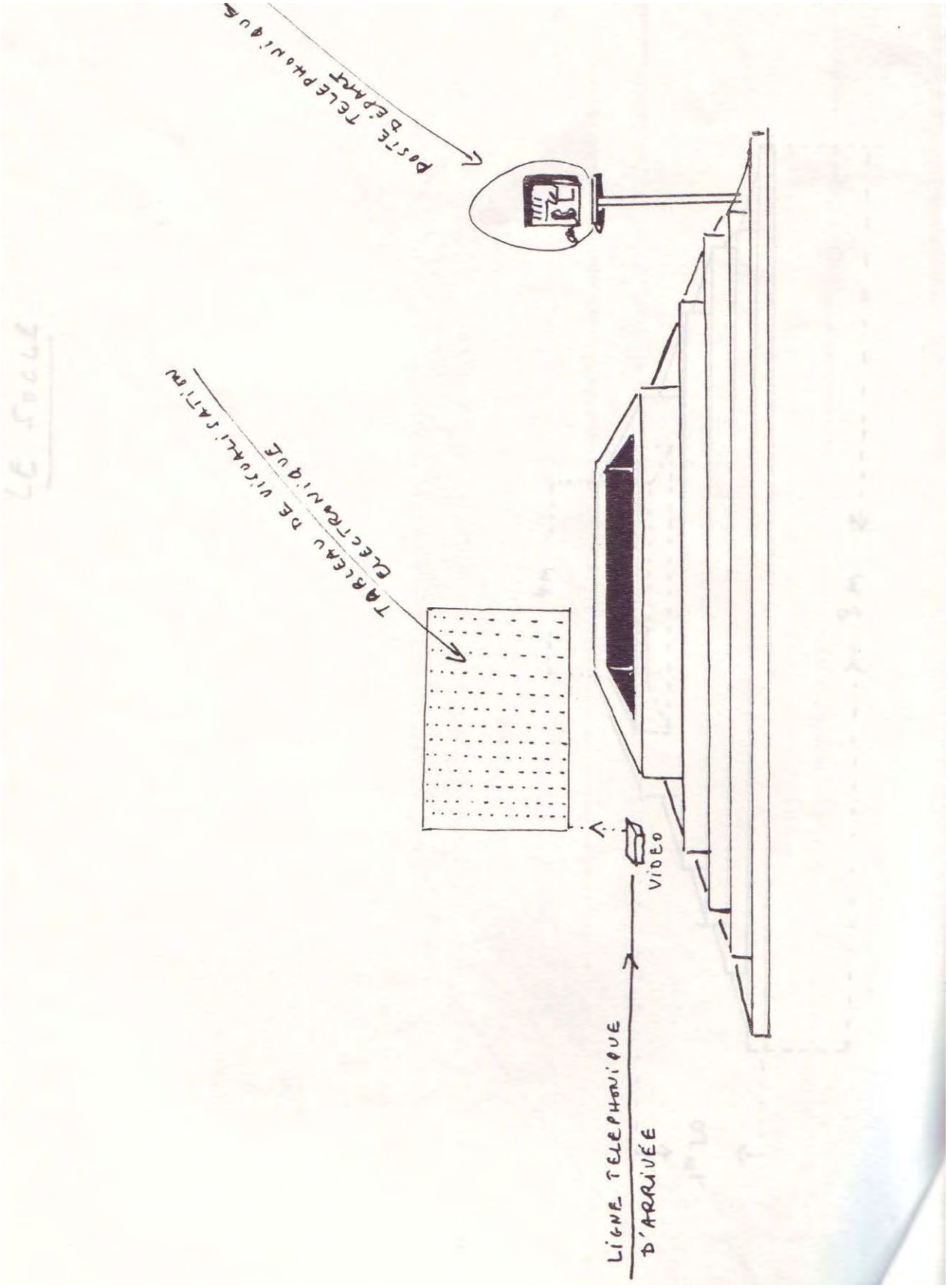
1987 Ici repose le temps
Série de croquis du dispositif, page 01/05

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 16



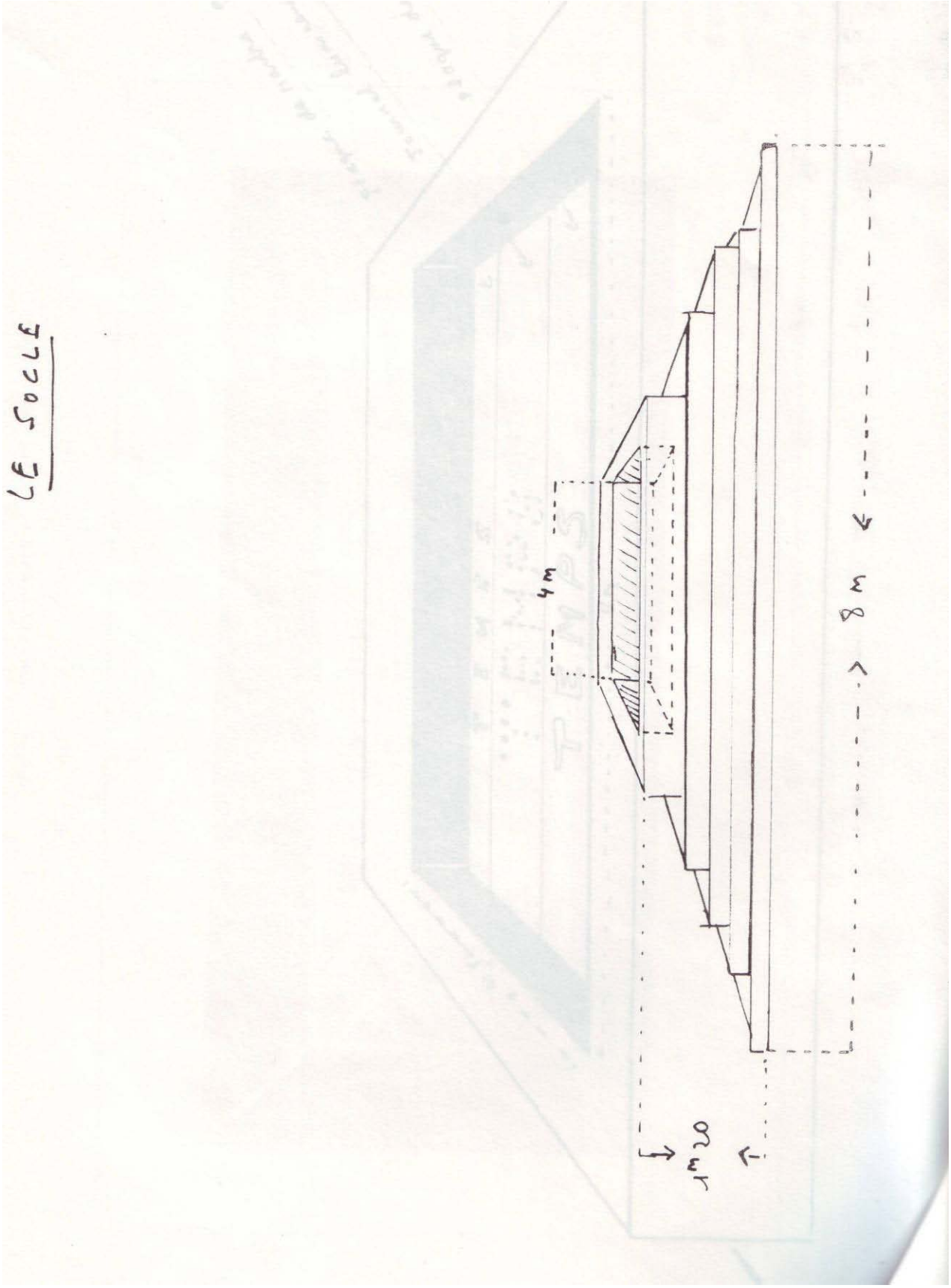
1987 Ici repose le temps
Série de croquis du dispositif, page 02/05

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 16



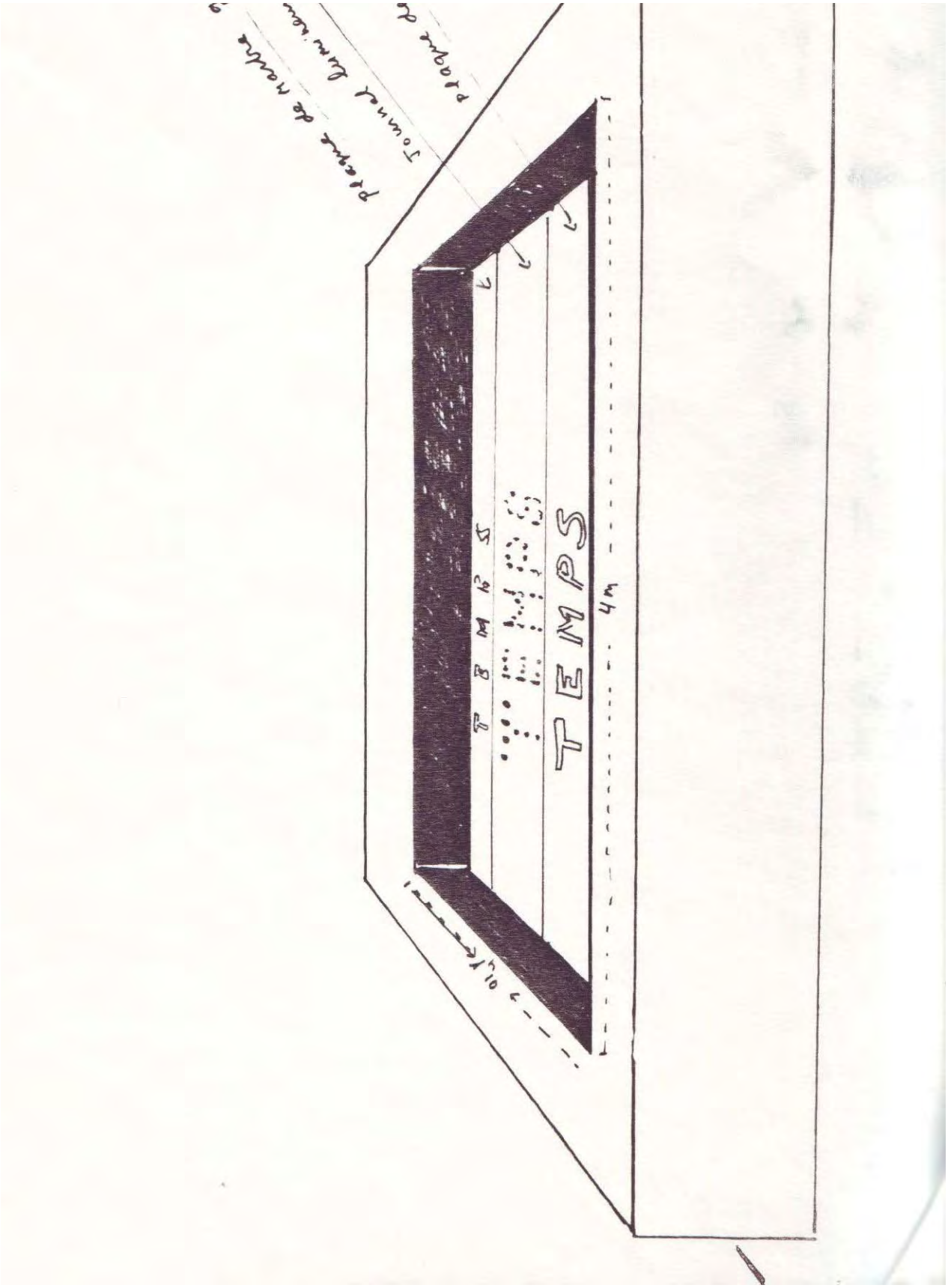
1987 Ici repose le temps
Série de croquis du dispositif, page 03/05

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 16



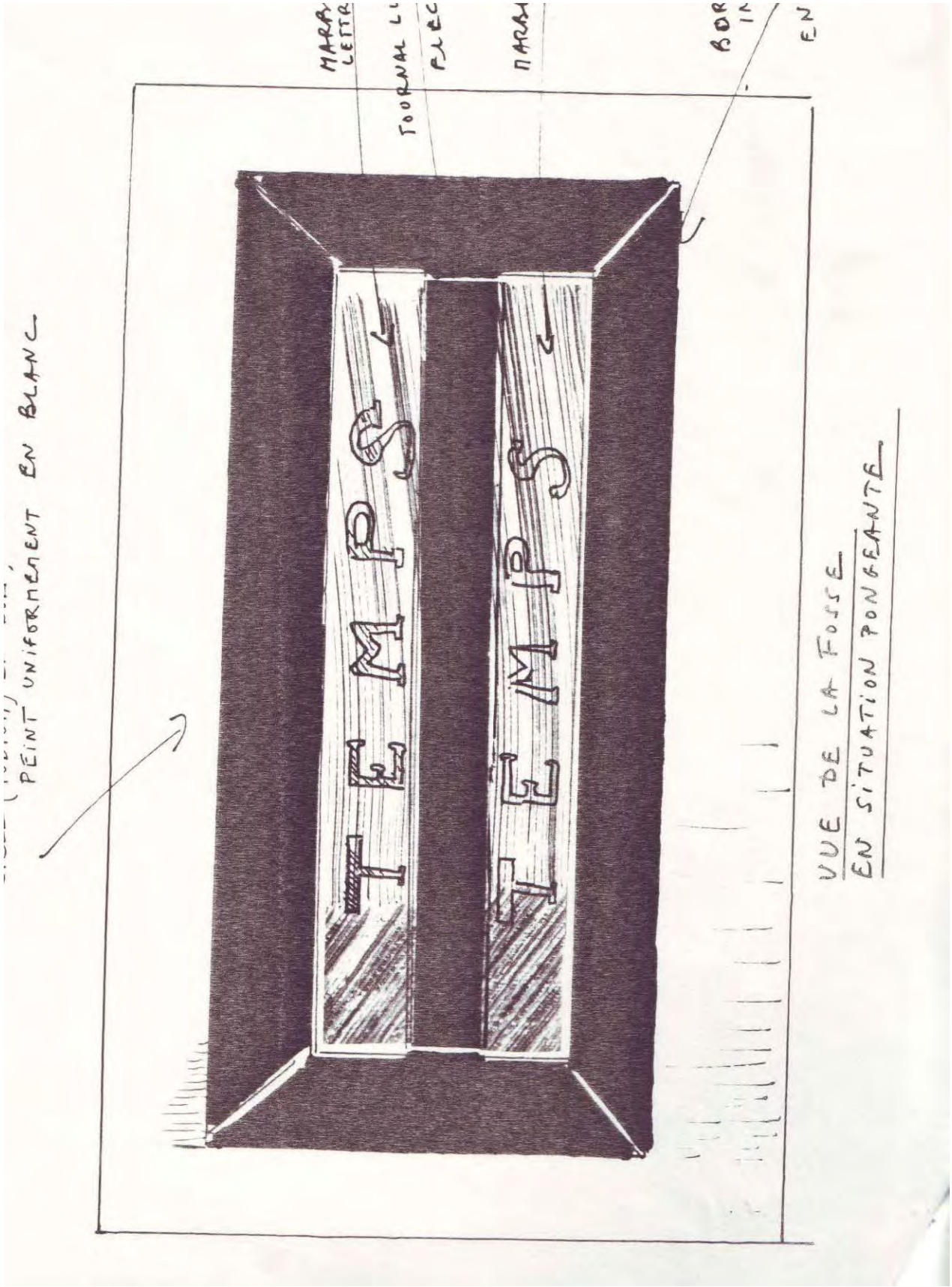
1987 Ici repose le temps
Série de croquis du dispositif, page 04/05

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 16



1987 Ici repose le temps
Série de croquis du dispositif, page 05/05

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 16



Actualité de Jules Verne	1988
Dossier présenté à la ville d'Amiens (France) à l'automne 1988 : animation médiatique et urbaine analogue à *À la recherche de Julia Margaret Cameron* (1988) et *Zénaïde et Charlotte à l'assaut des médias* (1988-1989) – voir Catalogue Tome III. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23	

FRED FOREST

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION

Actualité de Jules Verne

AMIENS - Novembre 1988 -

PROJET FRED FOREST

Préambule :

Nos jugements sur les évolutions et les transformations culturelles sont tributaires d'une culture héritée que l'on dit en crise . D'où la difficulté à concevoir, sinon à admettre les voies nouvelles qu'emprunte la vie collective, dans la mesure où celles-ci ne se laissent voir que par opposition aux formes antérieures à partir desquelles nous les jugeons.

Les Villes dont on parle sont les villes qui bougent .

Aujourd'hui, la renommée d'une ville ne s'établit pas sans sa renommée culturelle.L'ancienne qualité culturelle qui s'attachait à la pérennité et à la conservation doit céder le pas à la création et à l'innovation elles-mêmes; elle doit laisser la place à une qualité nouvelle qui consiste à "délocaliser", établir sa reconnaissance sur un plan international et non plus régional ou national.

La culture est devenue pour le rayonnement d'une ville un enjeu majeur. Si la ville est la traduction dans l'espace des évolutions en cours, il est fondamental , à l'orée du troisième millénaire, qu'elle sache en favoriser les expressions pour renforcer son image.

Il appartient aux élus, aux responsables d'équipements, aux aménageurs, aux dirigeants économiques, d'élaborer avec les artistes conçernés, des projets culturels aux mesures des temps actuels.

La proposition ci-dessous va dans ce sens.

Source du Projet

Fred Forest est le créateur et conçepteur du projet, il en sera également le maitre d'oeuvre assisté sur place par Odile Delhaye, Laurent Schmitt et Jean-François Paux, chargés des problèmes de contacts, d'organisation et de coordination .

Buts Recherchés

Le projet est conçu, présenté, produit, comme une oeuvre de forme nouvelle, créée par un artiste de notoriété internationale.
Cette oeuvre représentative de notre société de communication s'incarne dans un projet global qui privilégie deux objectifs complémentaires :

1. Réaliser une oeuvre artistique originale, inédite et de grande ambition . Une oeuvre qui s'inscrira comme une première dans l'histoire de l'Art, comme **Oeuvre de Communication** et non plus comme objet physiquement matérialisé. Une oeuvre d'un type nouveau, directement liée à la sensibilité de notre époque et à ses techniques.
La Ville d'Amiens pourra se prévaloir de cette initiative, démontrant ainsi l'intérêt et le soutien qu'elle manifeste à une culture en devenir et vivante.
Elle pourra se prévaloir de cette "expérience" inédite de communication sociale par le biais de l'art et l'utilisation des médias : une expérience qui a pour "cadre et champ" de création une ville de 150 000 habitants.
Cette ville deviendra en quelque sorte, dans un laps de temps donné, "l'objet" même de cette création. Conformément à la pratique artistique de Fred Forest, les supports d'information actuels et les nouveaux médias seront des outils privilégiés pour stimuler l'imaginaire collectif et individuel, introduisant une dimension d'interactivité et de participation des publics.
Simultanémernt, autour de la création centrale, générée par Fred Forest, seront mis en place des dispositifs informatifs et pédagogiques ayant pour fonction de mieux éclairer le grand public sur l'art contemporain en particulier, et l'esprit de prospective et de recherche en général.
Cette approche s'appuiera sur la personnalité de Jules Verne et sur son oeuvre(celle d'un grand créateur, dont la pensée fut toujours orientée vers le futur) favorisant ainsi une meilleure connaissance de son oeuvre et de sa vie liées à la ville d'Amiens.

2. Assurer à la ville d'Amiens, au plan régional, national et international, au travers de cette action, **une couverture médiatique de premier ordre,** associant son image à une continuité culturelle qui va des bâtisseurs de cathédrale aux formes les plus audacieuses de l'art contemporain (utilisation des technologies de communication, presse, radio, T.V, téléphone, télématique etc...)en passant par le personnage central de **Jules Verne,** dont la figure mythique de précurseur de génie constitue le pivot du projet.

Trame de l'action proprement dite

Le propos consiste, en utilisant divers moyens de communication, à donner progressivement corps à une fiction qui vise à créer de toute pièce et à donner l'existence à l'idée **que Jules Verne vit encore parmi-nous...**Un personnage "jouera" ce rôle tout au long de la durée de l'action. Ce personnage, qui aura donc une réalité physique, prendra progressivement une dimension médiatique, jusqu'au moment où son image se superposera à l'identité de Jules Verne, pour ne plus faire qu'une seule et même personne .

Nous nous trouvons en présence, dans ce type de création, d'une véritable **forme romanesque qui n'a plus pour support un livre, mais la Ville d'Amiens toute entière,** avec ses habitants, son environnement culturel, social et informationel.

Déroulement de l'action au plan local

Chronologie:

1. Phase sous-terraine :

Le personnage mis en place et en situation dans la ville alimente des rumeurs diverses toutes liées à son côté mystérieux .

Ces rumeurs véhiculent toujours un caractère positif : Ce serait un savant, un mutant, un original, un professeur étranger en exil etc...

Il vit à Amiens dans un endroit précis, avec une grande discrétion (trop grande peut-être?) au fil des semaines, par ses comportements gradués et les informations qui en filtrent, son profil se dessine et se précise.

2. Phase de révélation

Les médias locaux relaient le bouche à oreille et font état de son existence probable.

3. Phases de disparition et d'apparition successives :

Notre personnage joue à cache cache avec les journalistes, ce qui réactive sa recherche et l'intérêt qu'il suscite .

A l'aide des informations qui se complètent peu à peu, son profil et son identité se précisent . Au fil des semaines qui s'écoulent, il commence à adresser des textes aux journaux et laisse, ici et là, des messages dans la ville, sous les formes les plus diverses.

Ainsi s'initie un **dialogue** avec les habitants d'Amiens, dans une rubrique spéciale des lecteurs que lui consacre la presse locale.

D'autres vecteurs de communication que la presse écrite constituent

Ainsi s'initie un **dialogue** avec les habitants d'Amiens, dans une rubrique spéciale des lecteurs que lui consacre la presse locale.
D'autres vecteurs de communication que la presse écrite constituent également des supports à ce dialogue dont les contenus sont induits par les buts du projet.

4. Phase explicative

La population d'Amiens est invitée à une conférence de Presse que donnera Mr Jules Vairgne (c'est ainsi que pourrait se nommer notre personnage) . Sa véritable identité sera donc révélée et le **public est alors informé de l'ensemble de l'opération et du pourquoi de cette action** d'art contemporain, en articulation directe avec Jules Verne et l'imaginaire de notre société d'Information.

5. Phase d'exploitation pédagogique et informationelle

-Conférences et interventions d'artistes français et étrangers dont la pratique artistique relève de l'esthétique de la communication .
-Le Musée d'Amiens, sollicité comme partenaire privilégié dans cette action, présente une exposition qui en retrace le déroulement dont les éléments (textes, photos, bandes Vidéo) constituent autant de documents qui composent l'oeuvre de Fred Forest.
-Un séminaire de futurologie est organisé mettant en relation l'oeuvre de Jules Verne avec la recvherche contemporaine dans tous les domaines.
-Les Etablissements scolaires et universitaires de la Ville sont invités à produire des textes, dessins ou photos en relation avec les thèmes développés par le projet : L'imaginaire pour façonner l'avenir.
-Le Courrier picard propose un concours à ses lecteurs.

Déroulement de l'Action au plan International

Une action médiatique de grande envergure est montée en utilisant un évènement préparé avec beaucoup de soins: Il s'agit d'un voyage de Mr Jules VAIRGNE (alias J.Verne) **Notre héros entreprend des voyages** : Cap Canaveral, Houston, Baikonour, Silicun Valley etc...
Une série de reportages sont assurés à ce sujet dans Paris Match.
Dans le Courrier Picard, Jules publie ses carnets de voyage.
Un reportage T.V (FR3 ou A2)sur un des lieux phares de la recherche scientifique contemporaine, croisera Jules Verne!

Publications diverses

(sous l'égide de la Ville d'Amiens et des différents partenaires du projet.)
-Plaquettes éditées en cours d'action.
-Important ouvrage édité en fin d'action.
(Tirage 20 000 expl. bilingue, diffusé dans le monde entier)
Participation à cet ouvrage d'importantes personnalités du monde de l'art, de la communication, de la recherche scientifique.
Destinataires : les milieux culturels, les Médias, les universités ...

Film

Une coproduction avec une chaine de télévision (La SEPT) ou tout autre organisme professionnel de l'Audio visuel.

Perspectives et calendrier de réalisation

Fred Forest, en qualité d'auteur du Projet dont il en a effectué ler dépôt est propriétaire des droits.

Le projet ci-dessous ne constitue qu'une esquisse de base pour le présenter et réunir un certain nombre de partenaires, afin de dégager les financements nécessaires.

Un premier budget d'étude d'un montant de 50 000F s'avère maintemant indispensable afin de poursuivre le développement donnant lieu à la production d'un projet détaillé, faisant apparaitre :

1.Le concept définitif
2.La Chronologie du scénario arrêté.
3.La méthodologie d'Action
4.L'évaluation des budgets postes par postes
5.L'évaluation du Partenariat.

F. FOREST. Sept 88

Le tunnel de conversation	1989
Document daté du 8 janvier 1989 et présentant un concept de « tunnel électronique » établi entre Brighton (Angleterre) et Dieppe (France). Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23	

PROJET FRED FOREST

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION

"LE TUNNEL DE CONVERSATION"

LE TUNNEL

Le choix du site, son emplacement dans l'espace urbain, constitue une décision importante. Le tunnel, en effet, participe de premier chef à la création de l'évènement dans un premier temps et à son fonctionnement dans un second.

LE DISPOSITIF D'ANIMATION

Si le tunnel constitue l'élément central du dispositif global, il s'accompagne de différents périphériques. Ces périphériques sont : soit des "lieux physiques" utilisés ponctuellement dans l'espace urbain comme points d'information ou d'animation ramenant sur le tunnel, soit des "lieux médiatiques" :

- Journaux
- Radio
- Téléphone
- Télématique etc...

participant activement comme partenaires à l'opération.
Un (ou des) bateau éventuel fait partie du dispositif assurant la liaison et le transport des biens et des personnes entre Dieppe et Brighton.
Dans l'idéal, il est souhaitable que les installations mises en oeuvre à Dieppe soient identiquement mises en place à Brighton avec des symboles et des sigles identifiables communs.

Un lieu "d'exposition" des matériaux générés par le public est prévu dès le démarrage de l'action. Il joue comme lieu de démonstration, mais aussi d'archivage, de mémoire de l'action. Il constitue aussi le support théorique et explicatif de l'action en cours. A Dieppe, les locaux du C.A.C. seraient tout à fait indiqués pour jouer ce rôle.

FONCTIONNEMENT

En fonction des médias, des moyens technologiques de communication, de l'emplacement déterminé, nature et calendrier de l'action seront définitivement arrêtés dans une phase ultérieure.
Il importe néanmoins que la vidéo-transmission ou la visio-conférence établie sur grand écran de part et d'autre de la Manche, soient effectivement mises en oeuvre. Ce dispositif constitue en effet la clef de voûte de l'opération de l'échange en temps réel et de la rencontre visuelle entre

les habitants de Dieppe et de Brighton.
A défaut, il faudrait envisager une substitution avec l'utilisation du slow-scan qui donne cette image sous forme d'image fixe réactualisée toutes les cinq secondes.
Télématique, téléphone et échanges postaux constitueront d'autres secteurs de communication dont l'utilisation spécifique sera définie dans un document ultérieur.

DEMARRAGE :

La dimension évènementielle reste un facteur déterminant de l'action entreprise. C'est le tunnel lui-même qui en constitue l'élément central et vedette.

1 - Par les rumeurs qui précèdent sa mise en place comme alternative au projet Douvres-Calais sur un mode de simulacre artistico-onirique.

2 - Par sa présence physique dans l'espace urbain.
Il donne lieu en effet à l'érection d'une construction spécifique et spectaculaire de durée temporaire. Cette construction dont le visuel s'apparente à une plateforme marine s'érige dans un lieu piétonnier très fréquenté. Une sorte d'énorme tuyauterie se raccorde sur la construction pour s'enfoncer directement dans le sol en direction de la mer et de Brighton.
(Un projet visuel sera fourni par l'artiste ultérieurement, sa réalisation demandera la collaboration d'un architecte ou d'un technicien du bâtiment)

CONSIDERATIONS DIVERSES SUR LA "FONCTION TUNNEL"
LE TUNNEL ELECTRONIQUE

Tout d'abord ce tunnel devra très vite, acquérir un statut qui fera de lui dans la ville une sorte d'entité dont la présence et l'image auront une fréquence très forte dans l'imaginaire collectif.
Ce n'est pas un tunnel comme les autres. Tous les tunnels sont des vecteurs de raccordement d'un point à un autre. Notre tunnel est plus que cela dans la mesure où il constitue, non pas un point de passage d'un côté et l'autre, mais un véritable "lieu" d'interface sur lequel se réalise sa rencontre avec l'autre.
Nous n'insisterons pas ici sur ce à quoi renvoit dans l'inconscient collectif, la double idée de tunnel et de mer. La psychanalyse pourrait à coup sûr enrichir la réflexion de ce point de vue. Nous en faisons mention, pour souligner simplement, comment un tel thème, choisi comme substrat d'une action artistique, permet d'emblée de l'enraciner en

ce type de projet peut servir d'expérience et de modèle généralisables dans nos rapports avec d'autres pays européens.

Le "tunnel électronique" vise à créer entre l'Angleterre et la France, entre Dieppe et Brighton, un espace public dans lequel chacun pourra s'impliquer, à sa décision, d'une manière anonyme ou personnalisée en utilisant des moyens de télécommunications diversifiées. Il est majeur que dans le projet l'interface électronique apparaisse tout au long de l'expérience comme un moyen dans lequel la liberté individuelle soit garantie. Et que le public le perçoive ainsi afin qu'il soit incité à la plus grande participation.
Le mythe et l'utopie de la révolution des communications est lié à un certain état du monde à l'heure où nos sociétés sont confrontées à des mutations qui les soumettent à des crises qu'elles n'ont pas encore su surmonter. Il ne s'agit pas de joindre une voix supplémentaire au concert sur l'idéologie communicationnelle qui se développe dans nos sociétés et dont les mouvements sont souvent orchestrés par des industries en quête de marché. Avec tout notre sens critique, il nous faut nous interroger sur la réalité et la portée de cette communication.
Sur l'utilisation qui est proposée dans notre société de ces différentes techniques d'information qui la plupart du temps tendent à nous désinformer, à nous abrutir, à nous rendre passif, à confisquer notre propre parole...
Une véritable révolution des communications devrait prendre à contre-pied la logique de rouleau compresseur qui est celle pratiquée par les modes de grande diffusion.
La communication devrait céder la place à la conversation. C'est dans la conversation et non dans la communication que disparaissent les rôles traditionnels définis selon la théorie de l'information, d'émetteur, de récepteur, de message, de média, pour céder la parole aux individus. C'est en parlant dans l'échange, que nous créons. En nous entretenant avec autrui, avec les autres, nous enfantons le monde au fur et à mesure que la conversation se déroule.
La communication n'est pas source fondamentale de créativité conversation rend public le savoir privé. Au contraire de la communication unidirectionnelle la conversation engendre un monde nouveau.
Le passage de la communication à la conversation ne pourra s'opérer qu'un prix d'évolutions socio-culturelles dont les artistes se doivent de suggérer les voies possibles et de proposer des modèles à expérimenter.
Notre tunnel électronique est donc un tunnel de conversation. Un tunnel de conversation où deux cultures se rencontrent pour en préparer l'avènement.... d'une troisième commune aux deux.
Dans ce projet, nous désirons donc apparaître non seulement comme des artistes de la communication mais surtout comme

des artistes de la "conversation" et de la commutation. Il nous importe en effet que les réseaux mis en oeuvre dans cette action soient commutables et conviviaux. Commutables pour permettre la transmission d'informations entre deux ou plusieurs personnes pour satisfaire au choix de l'usager, lui laissant le loisir de libeller ses informations dans une forme qui lui est propre (image, son ou texte).

Le réseau que nous voulons installer entre Dieppe et Brighton a des limites et des contraintes technologiques et économiques. Nous en sommes bien conscients : Il faudra savoir nous accommoder créativement, avec réalisme, de ces limites mêmes. Néanmoins l'accès à ces réseaux devra obligatoirement en être gratuit pour tous les usagers si nous voulons conserver à notre projet son caractère exemplaire comme modèle utopique de convivialité, participant à la révolution des communications dans une dimension où les espaces géographiques urbains, électroniques, politiques, culturels, esthétiques, se trouvent confondus dans un seul et même espace.

Dans une expérience telle que nous la proposons, en généralisant l'accès aux technologies qui permettent l'expression individuelle et aux technologies sociales (les réseaux de conversation), l'on favorise les prises de conscience et l'émergence d'autres types de rapports aux technologies. Les technologies ne sont plus subies et ressenties, alors, comme des instruments d'aliénation, mais comme de véritables moyens pouvant participer à notre épanouissement personnel et à l'instauration d'un dialogue créatif avec les autres.

Fred Forest
8 Janvier 89

Visite de François Mitterrand à Cologne	1989
Document témoignant de l'intention de Fred Forest de provoquer et d'obtenir la visite du chef d'Etat français à Cologne (Allemagne). Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23	

1989 Visite de François Mitterrand à Cologne
Document manuscrit « Note de synthèse sur la stratégie de communication à mettre en œuvre pour le projet Françoise Friedrich. Fred Forest », (page suivante manquante)
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

Note de synthèse sur la stratégie de communication à mettre en œuvre pour le projet Françoise Friedrich - Fred Forest.

- Objectif : Obtenir, dès le courant de l'année 1989, la visite du Président François Mitterrand à Köln, où il serait reçu par l'Oberbürgermeister Mr.....

- Méthodologie d'action

- L'~~support de~~ l'opération repose sur la ~~réalisation~~ mise en place d'une action artistique conçue et réalisée par Fred Forest, organisée ~~par~~ par Françoise Friedrich avec l'appui de différents services municipaux de la ville et éventuellement d'organismes comme la Bundespost.
- Cette action a un caractère résolument Européen
- Fred Forest par ses contacts personnels auprès de l'Elysée entreprend les premières démarches notamment auprès de Mr Jacques Attali conseiller spécial du Président de la République Française pour obtenir son déplacement à Cologne.

- ~~En cas~~ Dès l'éventualité d'une ~~première~~ réaction positive des services de l'Elysée se mettant alors en rapport ~~directement~~ directement avec l'homologue le maire de Cologne pour officialiser le contact.

- Fred Forest rédigera alors ~~le projet de son~~ action ~~dès le détail~~ à la demande du maire de Cologne le projet qu'il propose :
Ce projet prendra en compte les facteurs suivants dans ses contenus
  - Bi-centenaire de la Révolution Française.
  - Relation d'amitié dans un échange interactif des populations allemandes et françaises dans un esprit privilégiant la dimension Européenne.
  - Utilisation des nouvelles technologies de communication
  - Cette action ~~pourra être~~ est présentée comme une préfiguration ~~de~~ ce que le Museum media. Parc de Cologne pourra ~~accueillir~~ offrir, entre autres, comme action, ~~pour~~ une artistique ~~relevant du~~ mediatique, relevant de la modernité.

- Modalités : Le maire de Cologne pourra commander à Françoise Friedrich du projet sous forme d'une étude ~~[illegible]~~ ayant pour objet de faire aux premiers frais engagés et aux honoraires de création pour le montant net de —>

1989 Visite de François Mitterrand à Cologne
Document tapuscrit « Note de synthèse sur la stratégie de communication à mettre en œuvre pour le projet m.f.f. »
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

GALERIE FRIEDRICH

Brüsseler Str. 85 · 5000 Köln 1
Telefon 02 21 - 52 02 02

Note de synthèse sue la stratégie de communication à mettre dnoeuvre pour le projet m.f.f.

Objectif:obtenir dans le courant de l' année 1989, avant Octobre, la visite du président Franço Mitterrand à Köln, où il serait reçu par l'OB.

Méthodologie d'action:
- L'opération repose sur la mise sue pied d'une action artietique conçue et réalisée par Fred Forest, organisée par Françoise Friedrich avec l'appui de différents services municipaux de la ville et éventuellement d'organismes comme la Bundespost.

- Cette action a un caractère résolument européen.

- Fred Forest par ses contacts personnels auprès de l'Elysée entreprend les premières démarches notamment auprès de Monsieur Jacques Attali, Conseiller spécial du Président de la République Française, pour obtenir le déplacement de Monsieur Mitterrand à Cologne.

- Dans l'éventualité d'une réaction positive, les services de l'Elysée se mettraient directement en rapport avec Monsieur Burger, Oberbürgermeister de Cologne pour officialiser le contact.

-Fred Forest rédigera alors à la demande de l'OB le projet qu'il propose:
Ce projet tiendra compte des facteurs suivants:

- bicentenaire de la Révolution Française
- relation d'amitié dans un échange interactif des populations allemandes et françaises dans un esprit privilégiant la dimension européenne
- utilisation des nouvelles technologies de communication
- cette action est présentée comme une préfiguration de ce que le futur media-park de Cologne pourra offrir entre autres comme actionxx, oeuvre artistique médiatique, relevant de la modernité.

Modalités

L'OB de Cologne passe commande à XXXXXXXXXX Françoise Friedrich du projet sous forme XXXXXXXXX d'une étude ayant pour objet de parer aux premiers frais engagés et aux honoraires du concepteur pour le montant net de DM 20.000.
En retour il lui sera fourni un projet détailléainsi que le travail d'approche et de relation de communication auprès du président français.

Dresdner Bank Kto.-Nr. 332 100 900 BLZ 370 800 40 · Telex 8 881 991 jwfd

La mémoire retrouvée	1990
Projet de documentaire sur l'Algérie. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23	

En algérie — relati avec Nauce Benanayg
pour trouver le financement 1990 –

Projet Fred Forest
"La mémoire retrouvée"

Concept : Le projet consiste à réaliser un produit vidéo destiné aux circuits de diffusion des chaînes TV, ~~et~~ également aux circuits culturels.
Trente ans après, un artiste revient dans sa ville natale ~~et~~ en Algérie. Sur les lieux où il a vécu son ~~enfance~~ adolescence il recrée des repères établissant, à travers le temps, une communication entre deux communautés de part et d'autre de la méditerranée – Le produit vidéo constitue une expérience originale profondément humaine, en même temps qu'une oeuvre d'artiste.

Critères et déroulement :

Le montage des documents réalisés intégrera très étroitement les quatre phases successives de l'opération.

Phase 1 : A Paris Fred Forest demande à des rapatriés de Mascara de passer cadrés en plan fixe, un message d'une minute à un algérien qui a été leur voisin, ou leur ami, à l'époque.

Phase 2 Fred Forest, à Mascara, s'est fixé un itinéraire à parcourir à travers la ville qu'il effectue caméra en main, du point de départ au point d'arrivée fixé ~~par~~ (suite de facteurs vidéo) par les personnes à contacter qui, elles-mêmes, après avoir fait connaissance du message restitue un message devant la caméra –

Phase 3
a) Fred Forest réuni séparément trois groupes de mascaréens. Il leur ~~dédie~~ propose, autour d'une table, d'effectuer une "promenade mentale" dans leur ancienne ville – Les protagonistes avancent mentalement dans la ville selon l'itinéraire fixé – Au fur et à mesure de la progression ils décrivent ce qu'ils revoient à l'intérieur

de leur mémoire – (Couleurs des murs, bâtiments, jardins, magasins, noms des riverains etc...)

b) Fred Forest ~~[illegible]~~ dans un second temps leur diffuse un montage du document vidéo de la promenade, réalisé sur place –

~~Toutes les~~ phases, 1, 2 et 3 font l'objet simultanément d'un tournage qui constitue ~~l'ensemble~~ le fil du film –

L'ensemble des documents réalisés fait l'objet d'un montage définitif –

VIDEOMAGE

PROJET FRED FOREST

****

'LA MEMOIRE RETROUVEE '

****

S.A. au capital de 340 250 F. - 1 rue Saint Augustin 92600 [illegible]
Télex Image 630498 FAX 40 86 00 46 [illegible]

VIDEOMAGE

PROJET FRED FOREST

" LA MEMOIRE RETROUVEE"

OBJET :

Le projet consiste à réaliser un produit vidéo destiné aux circuits de diffusion des chaînes TV, également aux circuits culturels.

DUREE : 26 Minutes

CONCEPT :

Trente ans après, l'artiste revient dans sa ville natale sur les lieux où il a vécu son adolescence, il reconstitue des repères établissants, à travers le temps, une communication entre deux communautés de part et d'autre de la Méditerranée. Ce produit vidéo constitue une expérience originale profondément humaine, en même temps qu'une oeuvre.

VIDEOMAGE

CONTENUS ET DEROULEMENT :

Le montage des documents réalisés intégrera très étroitement les quatre phases successives de l'opération.

- **PHASE 1** : A Paris FRED FOREST demande à des rapatriés de Mascara de passer cadrés en plan fixe, un message d'une minute à un Algérien, qui a été leur voisin, ou leur ami, à l'époque.

- **PHASE 2** : FRED FOREST, à Mascara, s'est fixé un itinéraire à parcourir à travers la ville qu'il effectue caméras en main, du point de départ au point d'arrivée ponctué (sorte de facteur vidéo) par les personnes à contacter qui, après avoir pris connaissance du message restitue un message devant la caméra.

- **PHASE 3** : **a)** Fred FOREST réuni séparément trois groupes de nascariens. Il leur propose, autour d'une table, d'effectuer une " promenade mentale dans leur ancienne ville. Les protagonistes avancent mentalement dans la ville selon l'itinéraire fixé. Au fur et à mesure

de la progression ils décrivent ce qu'ils revoient à l'intérieur de leur mémoire (couleurs des murs, batiments, jardins, magasins, noms des riverains, etc...)

b) Fred FOREST dans un second temps leur diffuse un montage du document vidéo de la promenade réalisé sur place.

Les phases 1,2 et 3 font l'objet simultanément d'un tournage qui constitue le film du film.

L'ensemble des documents réalisés fait l'objet d'un montage définitif.

VIDEOMAGE

FRED FOREST

TOURNAGE PARIS

2 JOURNEES BETA SP	9 600 X 2	19 200,00 F
MONTAGE CUT 1 JOURNEE	5 000 X 1	5 000,00 F

TOURNAGE EN ALGERIE

3 JOURS		
CAMERA		
CHEF OPERATEUR		
INGENIEUR SON	9 600,00 F X 3	28 800,00 F
RELECTURE COULEUR VA 500	300 X 3	900,00 F
CASSETTES BETA SP (12)		2 520,00 F
LOGEMENT FRAIS REPAS	1 000,00 F X 3 (3 JOURS)	9 000,00 F
DEPLACEMENT	4 200,00 F X 3 JOURS	12 600,00 F
VOITURE SUR PLACE		3 000,00 F
DERUSHAGE 1 JOURNEE		4 800,00 F
MONTAGE CUT 1 JOURNEE		4 800,00 F

PARIS

UNITE DE TOURNAGE 2 CAMERAS	19 600,00 F
CASSETTE BETA X 6	1 260,00 F
MAGNETO + MONITEUR BETA SP POUR LECTURE	3 200,00 F

CONFO FINALE

REGIE 2	2 JOURS	36 000,00 F
CUT	1 JOURNEE	5 000,00 F
FOURNITURE DUPLI estimation		2 500,00 F
		---
		158 180,00 F
REALISATEUR CHARGES COMPRISES		38 200,00 F
IMPREVUS 10%		19 638,00 F
FRED FOREST CONCEPTION HONORAIRES		43 203,00 F

	TOTAL	259 221,00 F

VIDEOMAGE

HISTORIQUE DU GROUPE

Le Groupe IMAGE s'est constitué à partir de la création en 1981 de CINEMAGE COMMUNICATION SARL créée par Sylvine BAILLY et Michel CAZAUBIEL, dont la vocation était la production audiovisuelle à destination des entreprises et des institutionnels.

En Octobre 1984 : création d'ESPACE IMAGE SBMC pour la production télévisuelle.

En Octobre 1985 : création de VIDEOMAGE pour la prestation technique.

Afin de poursuivre la très forte expansion des 3 dernières années, les associés ont fait rentrer (à hauteur de 35 %) des nouveaux partenaires regroupés dans la S.A SYNCOM : Groupe MARIE-CLAIRE comme chef de file et divers organismes financiers liés à l'audiovisuel. Le capital de SYNCOM s'élève à 32.158.000 Frs dont plus de 40 millions de fronds propres.

J’ai décidé d’arrêter le temps	Vers 1991

Document présentant un projet prévu dans le cadre d’une exposition itinérante au départ de Bruxelles sur le thème du temps, organisée par Michel Baudson.
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA20

Renvoi vers des versions analogues :

- Œuvre réalisée :

1998 *J’arrête le temps*

- Projets non réalisés :

1983 *Arrêtez le temps et redevenez vous-même*
1983 *J’arrête le temps*
1986 *J’arrête le temps* ou *Opéramédia*
1986 *J’arrête le temps* ou *Métropéra* (prévu pour Cologne)
1987 *J’arrête le temps*
1991-92 *J’arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier) (versions A et B)
1993 *J’arrête le temps ou qui m’aime me suive*
1993-94 *J’arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier)
1994 *J’arrête le temps*

1991 (vers) J'ai décidé d'arrêter le temps
Document tapuscrit « J'ai décidé d'arrêter le temps », note synthétique

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

" J'AI DÉCIDÉ D'ARRÊTER LE TEMPS"

Le jour et l'heure précise de cet arrêt sera fixé par mes soins ultérieurement.

Forme de lôeuvre présentée : Campagne de presse .

EXPOSÉ DU PROJET FRED FOREST .

- Prendre la décision d'arrêter le Temps est une décision grave,lourde de conséquences qui ne peut être le fait que d'un illuminé,d'un scientifique ou d'un artiste.
- Le projet consiste à fixer une date dans le futur, date précise sur laquelle le Temps viendra buter. Pour s'arrêter là. Définitivement.Pour toujours.Irrémédiablement! C'est ce que j'ai décidé d'assumer en toute ingénuité artistique pleinement conscient de la responsabilité dans laquelle m'engage cette décision irreversible.

- Ce projet sinscrit dans la durée temporelle de l'exposition itinérante sur le Temps organisée par Michel Baudson à travers plusieurs villes européennes! Ce projet prend en charge la durée même de son déroulement et de son déplacement dans l'espace depuis son démarrage jusqu'à son terme final. En quelque sorte il propose"d'exposer" la durée même de l'exposition.

- Au premier jour d'ouverture de l' exposition à Bruxelles le projet apparait sous forme d'un panneau informatif accroché aux cimaises au même titre qu'une peinture. Ce panneau daté et signé du jour de l'ouverture reproduit dans son intégralité sous forme d'un agrandissement photographique en report sur toile le présent texte. Il est illustré au bas à droite par un sigle: un rond rouge dans le même rapport d'échelle.Ce sigle constitue le signe visuel(logo) qui tout au long du développement de la campagne permettra l'identification immédiate de l'action:"J'ai décidé d'arrêter le Temps ".

- Jusqu'àla date ultime du cycle de cette exposition le dernier jour dans la derniere ville le projet se développe continuement sous forme d'une campagne de presse générant différents types d'informations sur des supports multi-medias.
Cette campagne de presse que j'orchestre personnellement fait lôbjet dûne programmation étudiée avec un système ouvert susceptible d'en corriger les effets et d'intégrer les événements aléatoires de l'actualité.
Du point de vue de l'utilisation des supports cette campagne de presse se concrétise sur des medias aussi variés que:
Presse écrite- Radio- Télévision- Affiche- mais aussi sur des medias plus confidentiels tels que Mailing de circulaires-Télégramme- Téléphone- Publications diverses etc.
Du point de vue des contenus la campagne argumente sur des thémes relevant de l'arrêt du Temps
  - Justification de la décision.
  - Conseils divers aux usagers pour faire face à cet événement exceptionnel.
  - Conséquences prévisibles dans les domaines économiques, politiques,sociologiques,culturels,militaires,agicoles,philosophiques,religieux...

- L'oeuvre proposée se constitue progressivement. La collecte,le stockage, la présentation,la consultation des informations exige la mise en place au sein de l'exposition d'un système d'archivage pratique dans un espace localisé dévolu à cet usage. A l'occasion de cette action des évenements ponctuels pourront mettre en relation l'espace muséal avec des lieux extérieurs divers (espaces urbains,grands magasins, gares ferroviaires,lieux publics,lieux privés etc...)

- Enfin la materialisation du Temps(marquage) se concrétise sous forme d'étiquettes auto-collantes(points rouges vente oeuvre) à raison d'une étiquette par jour selon une série numérotée relevant du calendrier Gré.gorien.L'organisation de ces points s'effectue par essaimage,regroupements,dispersions,ou tracé linéaire sur léspace totale de l'exposition(sols,plafonds,portes,escaliers...) hors cimaises.

Fred FOREST

Le camion de la communication	1991
Dossier de présentation d'un projet conçu en partenariat avec l'association Usines éphémères, Levallois-Perret (France) Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23	

1991 Le camion de la communication
Dossier de présentation : « Proposition de partenariat. Le camion de la communication. Un projet de Fred Forest utilisant les moyens de communications mobiles », page 01/08.
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

USINES EPHEMERES
Association loi 1901
La Base, 6 bis, rue Vergniaud
92300 Levallois - Perret
Téléphone 47 58 49 58 Télécopie 47 58 07 89

PROPOSITION DE PARTENARIAT

LE CAMION DE LA COMMUNICATION

UN PROJET DE FRED FOREST UTILISANT LES MOYENS DE COMMUNICATIONS MOBILES

Association titulaire d'un compte à la FONDATION DE FRANCE N° 600 805

LE PROJET

UN CAMION DE LA COMMUNICATION A LA POINTE DES TECHNOLOGIES MOBILES

Fred Forest, chef de file de l'esthétique de la communication a imaginé un camion artistique à la pointe de la télécommunication mobile.

Ce camion basé à l'Hopital Ephémère, grand centre d'arts à Paris ira chaque jour à la rencontre du public qui sera sensibilisé à son passage par les médias.

Il sera équipé de matériel électronique et de moyens de communication nouveaux.

Le public rentrera alors en contact avec le camion selon un protocole ludique mis au point par Fred Forest.

Il va découvrir et se familiariser avec le matériel et participer à une création artistique dans l'esprit des oeuvres de l'Esthétique de la Communication.

Chaque personne va se retrouver dans deux univers en même temps : un univers physique et géographique et un univers de communication.

La démarche artistique se situe dans l'interaction entre les gens et les nouveaux équipements utilisés de façon ludique ainsi que dans l'émotion qu'elle produit.

Un nouveau rapport au temps et à l'espace va s'installer.

A ce titre, le camion de la communication va constituer une véritable "Eglise technologique ambulante"

Chaque produit va être porteur d'une charge symbolique :

* Il devient l'élément moteur de l'oeuvre artisitique

* Il fait partie de la vitrine ambulante que constitue le camion

* Il véhicule l'image de marque de l'entreprise.

L'ARTISTE

Fred Forest est le pionnier de l'art-vidéo en France qu'il a promu dés la fin des années 60. Plus récemment, il s'est engagé dans une nouvelle aventure qu'il a baptisée ***"L'Esthétique De La Communication"***.

L'Esthétique de la Communication se propose d'explorer les possibilités offertes par des innovations telles que les communications par satellite, le telex, le fax, la vidéo, le visiophone, l'infographie.
A la clé figurent de nouvelles formes d'émotions et d'appréhension du monde à travers l'univers des médias.

Avec Mario Costa de l'Université de Salerne et Derrick de Kerckhove, directeur du programme Marshall Mac Luhan de l'université de Toronto, il a crée un groupe international de recherche regroupant des artistes et des théoriciens.

En 1985, il a soutenu en Sorbonne le premier Doctorat d'Etat avec des systèmes visuels électroniques.

La démarche de Fred Forest s'illustre, non pas par la production d'oeuvres sous forme de tableaux, etc, mais sous forme de situations de communication diverses, de dispositifs interactifs.

Voici trois exemples de réalisations :

- 1 -"L'Espace Communicant", action réalisée au Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris dans le cadre de l'exposition "Electra".
Le public de l'exposition parcourt l'Espace Communicant, qui est équipé de 40 lignes téléphoniques et de minitels. Informé par la presse, un public beaucoup plus vaste, celui de l'Hexagone, est invité à téléphoner au Musée, et à entrer en contact avec les visiteurs. L'espace muséale est ainsi décloisonné.

-2 -"Hommage à Yves Klein" performance réalisée au Musée del Sanio de Benevento (Italie)

Pendant la performance, un bleu électronique, en hommage à Yves Klein, est diffusé pendant 15 minutes à la télévision sur le canal 28. Simultanément, une action a lieu entre Paris et le Musée Del Sanio. A Paris, le critique d'art Pierre Restany parle de Klein. Ses propos sont instantanément convertis en impulsions lumineuses bleues pour le public du Musée qui les écoute. Ce projet sera reconstitué dans la grande exposition, que prépare la Cité des Sciences de la Villette en 1992, sur la communication.

- 3 - "Apprenez à regarder la télévision avec votre radio" manifestation organisée pour l'inauguration de la Foire Internationale d'Art Contemporain (FIAC) Paris

De la FIAC, des commentateurs spécialistes des médias conversent,au sujet des images diffusées au même moment par les diverses chaînes de télévision. Les radios de la bande FM transmettent leur propos. Les auditeurs, entre leur télévision, leur radio et le téléphone, entrent en contact avec les commentateurs et livrent leurs propres impressions.

Fred Forest a utilisé la plupart des médias, avec lesquels il a des contacts privilégiés:

* Télévisions : A2, RTB (Belgique), Canal 13 (Brésil) ZDF (Allemagne)
* Radios : France Inter, France Culture
* Presse : Le Monde, Le Figaro, Libération, La Tribune de Lausanne, Die Zeit, Télérama

MEDIATISATION

Sur le plan de la médiatisation, le projet possède trois points forts :

1) - Les médias sont partie intégrante des projets de Fred Forest, l'artiste imagine, dés le stade de la conception, une façon de les mobiliser et de les faire participer à l'oeuvre.

2) Le camion de la communication dispose d'une aire d'exposition dans l'Hopital Ephémère. Ce centre d'art pluridisciplinaire, qui s'étend sur
15 000 M2 dans Paris, est trés largement visité par le public et fait l'objet de toute l'attention des médias. L'Hopital Ephémère relaiera au quotidien les pélégrinations du camion de la communication (retransmission télévision ou radio par exemple). L'Hopital Ephémère peut mettre à la disposition du projet des espaces.de rencontres et de présentation de l'oeuvre, de l'artiste et des partenaires.

3) La valorisation de l'événement pour les entreprises mécènes fait l'objet d'actions spécifiques menées par Nathalie Bossant, coordinatrice du projet, en association avec le L.A.B.O, cellule de réflexion sur le mécénat de l'Hopital Ephémère

-----> Création de documents d'entreprises accompagnant le projet
-----> Organisation de réceptions à l'attention de cibles diverses au sein de l'entreprise ou à l'Hopital Ephémère
* Force de vente
* Partenaires insitutionnels
* Public
* personnel de l'entreprise

-----> Valorisation des retombées de l'événement et suivi.

LES PARTENAIRES

1 - Les entreprises

Les entreprises partenaires équipent le camion de la communication avec un certain nombre de leurs produits (équipements et/ou services)
Elles participent à l'élaboration du projet dés sa conception.

Le camion de la communication permet aux partenaires de toucher des cibles multiples : le grand public, le personnel de l'entreprise, les clients, la presse. Le camion devient alors une vitrine mobile ouverte sur la rue.

2 - L'Hopital Ephémère

L'Hopital Ephémère est le relais permanent du camion ainsi que son point d'attache.

Il est le théatre des opérations de relations publiques pour la mise en valeur de chaque entreprise.

3 - Centres d'arts et lieux accueillant sur son passage le camion

En liaison avec les mécènes, le passage du camion peut être programmé avec le concours des musées régionaux, de centres d'arts, de salons professionnels et de municipalités.

l'entreprise peut faire rayonner cette action sur sa communication interne et externe, notamment dans le cadre de salons professionnels
(CNIT...)

APPROCHE BUDGETAIRE

(Hors prêt de matériel et aide technique des entreprises)

> **Budget de fonctionnement**
Coordination, personnel, essence, assurance 90 / 150 000 F

> **Frais de fonctionnement**
contacts presse
(communiqués, tél, fax, coursiers ...) 30 / 60 000 F

> **Edition-**
Catalogues, invitations ... 30 / 60 000 F

TOTAL 150 / 270 000 F

Amour	1991
Document présentant une proposition d'installation lumineuse envisagée pour la Tour Montparnasse, à Paris. Différentes déclinaisons de ce projet seront formulées en 2001. Un site internet montre le projet dans sa version en 2001 (http://www.fredforest.org/amour/). Forest développera également une variante proposée sous le titre de *We Shall Remember* (http://www.fredforest.org/ny/), adaptée pour New York (suite aux attentats du 11 septembre 2001). Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23	

2 pages

Dépot SPADEM
12204/6
17 Novembre 91

Projet Fred Forest

Concept : Ce projet, conçu en soi comme une "oeuvre" d'art et présenté comme tel, relève de l'Esthétique de la Communication, selon les critères théoriques définis par les protagonistes de ce mouvement artistique (1)
Il a pour objectif la réalisation d'un événement visuel, spectaculaire, grand public, dont Antenne 2 aura la primeur et sera maître d'oeuvre dans le cadre de l'émission "une fois par jour", de Claude Sérillon.
L'utilisation conjointe de la diffusion télévisée hertzienne, du réseau téléphonique et des équipements télématiques, donne à cette action un caractère interactif permettant la participation active des téléspectateurs.
Ce projet présente le double avantage d'exister à la fois de manière ponctuelle et répétée dans l'espace de l'information, au cours de l'émission, mais aussi dans l'espace urbain d'une façon permanente sur une durée qui pourrait se prolonger sur plusieurs semaines... au sommet de la Tour Montparnasse, par exemple.

Dispositif : Sous forme de lettres lumineuses géantes un mot ayant une forte portée symbolique est installé au sommet de l'édifice. Il pourrait s'agir, par exemple, du mot AMOUR. Une campagne de presse préalable prépare très soigneusement l'opération afin qu'au-delà de sa réalisation sur l'antenne cette action constitue un véritable événement national de caractère culturel hors antenne.

Fonctionnement : Après un suspens qui a été entretenu les jours précédents Claude Sérillon lance l'opération "AMOUR" sur son antenne. Avec la présence sur le plateau de Fred Forest, des techniciens

responsables du système et les éventuels partenaires.
Il explique aux Télespectateurs comment ils vont pouvoir faire briller de tous ses feux le mot amour dans le ciel de Paris. Et cela des points les plus reculés de l'hexagone entier...
Bien entendu, c'est lui-même qui effectue le premier appel depuis le plateau, puis il communique à l'antenne le code minitel qui permet d'agir à distance sur le dispositif lumineux. Les lettres s'allument ou s'éteignent les unes après les autres en fonction du nombre d'appels en cours.
Simultanément des caméras braquées sur le sommet de la tour permettent aux télespectateurs de vérifier, en temps réel, l'effet de leurs propres interventions à distance sur leurs écrans. Ce type d'action et de constatation qui induit sous une certaine forme l'abolition de l'espace physique est génératrice d'une forte charge émotive partagée collectivement.
C'est ce que le professeur Mario Costa titulaire de la chaire d'esthétique de l'université de Salerne désigne sous le nom de "sublime technologique" et ce que les artistes des nouveaux medias tentent aujourd'hui de mettre en évidence.

Le défi qui est lancé aux télespectateurs c'est qu'ils fassent en sorte, désormais, que le mot amour ne s'éteigne plus jamais! Qu'à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit il y ait toujours quelqu'un pour le réactiver.
Que des guetteurs soient installés à des fenêtres en différents points de la capitale pour faire revivre le mot amour pour le cas où il risquerait de disparaître, englouti par la nuit... Message et signal lumineux symboliques: Expression d'une volonté collective, où

l'addition des interventions individuelles, rendue possible aujourd'hui par les technologies de communication, maintient dans le ciel de la France une oeuvre sculptée... avec des électrons –

Observations :

le système proposé permet, quotidiennement, sur une durée qui reste à déterminer, de réaliser une séquence qui donne à voir le mot amour qui brille au-dessus de la Tour montparnasse en direct, en relançant régulièrement l'opération en communiquant le code du minitel sur l'antenne –

Il ne fait aucun doute que des organismes tels que France-Télécom, EDF, ou Sayag Electronic, avec qui j'entretiens déjà des liens de travail, pourront s'avérer éventuellement des partenaires dans la perspective d'une telle opération.

(1) Esthétique de la communication.
- Thèse de Doctorat d'Etat Fred Forest Sorbonne 1985
- L'esthétique des medias Mario Costa, Capone editore Naples 1990
- L'esthétique de la communication dossier art press n°122 Février 88, Paris
- Manifeste de l'Esthétique de la Communication Revue +-0, n°43 octobre 85 Bruxelles
- L'Esthétique de la communication opus international n°94 été 84 Paris

1991 Amour
Document tapuscrit de présentation « Projet Fred Forest. Dépôt SPADEM 13204/6 - 17 novembre 1991 », page 01/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

Dépôt SPADEM
12 204/6
17 Novembre 91

PROJET FRED FOREST

CONCEPT

Ce projet, conçu en soi comme une "oeuvre" d'art et présenté comme tel, relève de l'Esthétique de la Communication, selon les critères théoriques définis par les protagonistes de ce mouvement artistique (1).
Il a pour objectif la réalisation d'un événement visuel, spectaculaire, grand public, dont Antenne 2 aura la primeur et sera maître-d'oeuvre dans le cadre de l'émission, "une fois par jour", de Claude Sérillon. L'utilisation conjointe de la diffusion télévisée hertzienne, du réseau téléphonique et des équipements télématiques, donne à cette action un caractère interactif permettant la participation active des télespectateurs.
Ce projet présente le double avantage d'exister à la fois de manière **ponctuelle et répétée** dans l'espace de l'information, au cours de l'émission, mais aussi dans l'espace urbain d'une **façon permanente** sur une durée qui pourrait se prolonger sur plusieurs semaines... au sommet de la Tour Montparnasse, par exemple.

DISPOSITIF

Sous forme de lettres lumineuses géantes un mot ayant une forte portée symbolique est installé au sommet de l'édifice. Il pourrait s'agir, par exemple, du mot AMOUR. Une campagne de presse préalable prépare très soigneusement l'opération afin qu'au-delà de sa réalisation sur l'antenne cette action constitue un véritable événement national de caractère culturel hors antenne.

FONCTIONNEMENT

Après un suspens qui a été entretenu les jours précédents Claude Sérillon lance l'opération "AMOUR" sur son antenne. Avec la présence sur le plateau de Fred Forest, des techniciens responsables du système et les éventuels partenaires.
Il **explique aux Télespectateurs comment ils vont pouvoir faire briller de tous ses feux le mot amour dans le ciel de Paris.** Et cela des points les plus reculés de l'exagone entier...
Bien entendu, c'est lui-même qui effectue le premier appel depuis le plateau, puis il communique à l'antenne le code minitel qui permet d'agir à distance sur le dispositif lumineux. Les lettres s'allument ou s'éteignent les unes après les autres en fonction du nombre d'appels en cours.
Simultanément des caméras braquées sur le sommet de la tour permettent aux télespectateurs de vérifier, en temps réel, l'effet de leurs propres interventions à distance sur leurs écrans. Ce type d'action et de constatation qui induit sous une certaine forme l'abolition de l'espace physique est générateur d'une forte charge émotive partagée collectivement.

C'est ce que le professeur Mario Costa titulaire de la chaire d'esthétique de l'Université de Salerne désigne sous le nom de "sublime technologique" et ce que les artistes des nouveaux médias tentent aujourd'hui de mettre en évidence.

Le défi qui est lancé aux télespectateurs c'est qu'ils fassent en sorte, désormais, que le mot amour ne s'éteigne plus jamais ! Qu'à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit il y ait toujours quelqu'un pour le réactiver. Que des guetteurs soient installés à des fenêtres en différents points de la capitale pour faire revivre le mot amour pour le cas où il risquerait de disparaître, englouti par la nuit... Message et signal lumineux symboliques. Expression d'une volonté collective, où l'addition des interventions individuelles, rendue possible aujourd'hui par les technologies de communication, maintient dans le ciel de la France une oeuvre sculptée... avec des électrons.

OBSERVATIONS

Le système proposé permet, **quotidiennement**, sur une durée qui reste à déterminer, de réaliser une séquence qui **donne à voir** le mot amour qui brille au-dessus de la Tour Montparnasse en direct, en relançant régulièrement l'opération en communiquant le code du Minitel - sur l'antenne -.
Il ne fait aucun doute que des organismes tels que France-Télécom, EDF, ou Sayag Electronic, avec qui j'entretiens déjà des liens de travail, pourront s'avérer éventuellement des partenaires dans la perspective d'une telle opération.

(1) **Esthétique de la communication**
- Thèse de Doctorat d'Etat Fred Forest Sorbonne 1985.
- L'esthétique des médias Mario Costa, Capone Editore, Naples 1990.
- L'esthétique de la communication, dossier art press n° 122, Février 88, Paris.
- Manifeste de l'Esthétique de la Communication, Renne +-o, n° 43, Octobre 85, Bruxelles.
- L'Esthétique de la communication, Opus International n° 94, été 84, Paris.

Jeu télévisé	1991
Document manuscrit présentant un jeu télévisé Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA28	

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA28

Projet d'émission déposé –

Jeu télévisé

Créateur Fred Forest
auteur du concept et du dispositif technique.

- Le jeu consiste à animer sur les écrans à partir d'une prise de vue qui s'effectue en direct, une série d'objets téléguidés représentant des personnages, des véhicules, des outils sur un plateau TV, ou un lieu urbain ou rural, dans lesquels ils sont mis en scène –
Les objets-robots sont mus à distance par l'utilisation de la télématique, le réseau téléphonique, par l'ensemble des télespectateurs ou une tranche sélective de ces derniers, qui ont pu être répartis dans des rôles différents, antagonistes, associés ou spécifiques, par rapport à la règle du jeu établi –
Il s'agit, par un traitement informatisé, ou non, de la réception des appels téléphoniques (addition des appels jusqu'à un nombre donné, pour obtenir un mouvement physique, un déplacement, un effet lumineux ou sonore) ou l'utilisation de numéros supplémentaires en cours d'émission
La compétition, la concurrence, la mise hors service, le jeu, sous toutes leurs formes, constituent la nature de l'émission télévisée : Course, conflit, parcours du combattant, scènes de ménages, situations cocasses etc...
Des villes peuvent être opposées à d'autres villes –
Au point de vue technique des systèmes mécaniques offrent toutes leurs possibilités pour des effets physiques divers –
(voir les "robinets planétaires" exposition "machines à communiquer" Cité des sciences et de l'industrie octobre 1991 électrovanne + télématique.
Les impulsions électriques d'arrivée, éventuellement gérées par un ordinateur qui les contrôlera avant de donner l'ordre, permettent une interaction participative des télespectateurs qui assistent, en direct, sur les écrans aux effets obtenus.

On l'aura compris, le système technique consiste en une adaptation originale des systèmes de robotique commandé à distance mais en plus, dans notre cas, connecté en temps réel à la diffusion télévisée sur les chaînes grand public, ce qui permet aux télespectateurs, de voir simultanément sur leurs écrans les effets produits par leurs interventions télématiques et téléphoniques – cela, en une, dans le cadre d'une mise en scène spatiale ou linéaire du développement divers scenari et situations sur lesquels il intervient-réagissent –

J’arrête le temps	1991-1992

Deux documents manuscrits (version A et version B) concernant une demande de partenariat formulée par Fred Forest auprès de la Fondation Cartier, autour du projet *J’arrête le temps.*

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA20

Autres versions :

- Œuvre réalisée :

1998 *J’arrête le temps*

- Projets non réalisés :

1983 *Arrêtez le temps et redevenez vous-même*
1983 *J’arrête le temps*
1986 *J’arrête le temps* ou *Opéramédia*
1986 *J’arrête le temps* ou *Métropéra* (prévu pour Cologne)
1987 *J’arrête le temps*
1991 *J’ai décidé d’arrêter le temps*
1993 *J’arrête le temps ou qui m’aime me suive*
1993-94 *J’arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier)
1994 *J’arrête le temps*

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

(1) (1)

Projet : Fred Forest / Fondation Cartier.

Titre : " J'arrête le temps."

Forme : Oeuvre de type mediatique, dont le caractère artistique affirmé, relève d'une pratique originale de l'art contemporain. Son message esthétique, éthique, symbolique, mythique, s'incarne et se réalise, sous la forme d'une campagne de presse. Cette campagne se décline dans le cadre d'un module temporel, fixé à l'avance dans ses grandes lignes. Son échéance est annoncée, dès son démarrage, au mois, au jour, à l'heure, à la minute, à la seconde très précise.
Son leitmotiv : " J'ai décidé d'arrêter le temps, (par exemple), le 23 octobre 92 à 20h,15".

Concept : Compte tenu de l'importance de notre relation au temps, (à l'espace), de ses modifications dans la société moderne, tant du point de vue du vécu personnel, que des implications sociales, il s'agit, comme artiste, de produire un événement mediatique sur ce thème, qui prendra valeur de symbole. Cet "objet" informationnel, (oeuvre d'art des temps nouveaux...), sera orchestré, comme une partition "mediatique", pour se constituer dans le corpus même de l'actualité, au quotidien - La finalité du propos, la nature même des contenus en jeu, le style des commentaires, son identification formelle, devront, d'emblée, lui donner un statut distinct dans le discours général de l'information environnante.
La mise en oeuvre de cette campagne, d'un genre particulier, son déroulement, s'effectue selon les critères propres aux milieux de la communication professionnelle, dont elle emprunte, en les adaptant à son propos, les règles,

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

(2)

la méthodologie, les moyens, les instruments, les techniques, les supports...
La différence, essentielle et fondamentale, réside dans sa spécificité : une action qui se donne à voir, tout au long de son déroulement, comme l'acte singulier d'un artiste – une campagne sans finalité, ni commerciale, ni promotionnelle.
A ce sujet, tout au long de l'action, le dossier doit rester clair – le seul but visé reste celui de l'art – c'est à dire produire du symbolique, stimuler l'imaginaire individuel et collectif, procurer du plaisir, initier sans prétention une réflexion sur le temps et la condition humaine et, finalement, ironiser sur notre sort en prenant une distance dans laquelle on établit une relation complice et ludique avec le public.
(Pour le tri adopté, se référer aux textes des trois actions médiatiques suivantes : Julia Margaret Cameron, L'œuvre perdue, Fred Forest, président d'une T.V, utopique et nouvelle).

Déroulement.

Selon un plan arrêté, l'œuvre se constitue en se déroulant sur un certain nombre de mois, avec effet d'accélération progressif, en fonction de la date d'échéance
Après une première période de mystère, entretenue savamment, par des annonces sybillines, les cartes sont dévoilées. On connaît désormais le protagoniste de cette action et ses intentions délibérées d'arrêter le temps, à une date irrémédiablement fixée.
Tout au long des mois qui suivent sont déclinés des critères du type suivant :

- Pourquoi le temps, bien qu'insaisissable, est-il notre bien le plus précieux ?
- Pourquoi c'est un artiste qui tire la sonnette d'alarme ?

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

(3)

- Comment compte-t-il s'y prendre pour arrêter le temps, ou tout au moins le ralentir dans la frénésie générale ?
- Si le temps s'arrête, ou se ralentit, peut-on vraiment prévoir ce qui va se passer ?
- Y a-t-il des risques ?
- Des précautions à prendre ?
- Des critères de sécurité à observer ?

Les commentaires se réfèrent à l'actualité qu'il détourne, du point de vue de cette thématique, et de son échéance fixée (le mandat présidentiel risque de devenir éternel...)

L'échéance.

Le temps s'arrête au jour prévu, et à l'heure donnée, au cours du Salon international de l'horlogerie à Genève, et dans le journal de 20 heures de la première chaîne nationale française, où le compte à rebours est décompté, en présence de l'artiste.

Partenaires.

Le réseau mondial Cartier, s'il est impliqué peut en la circonstance donner à cet événement une dimension planétaire dans la mesure où chaque succursale soutient localement le projet.
Des accords complémentaires sont à rechercher auprès des groupes de communication nationaux et internationaux afin de

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

(4)

associer étroitement au projet au titre du mécénat – (Bouygues, Hachette, Maxwell, Ted Turner, Berlusconi etc...
Occasion judicieuse de se faire une image culturelle pour eux –

Complémentairement à la campagne de presse, proprement dite, des actions permanentes, ou ponctuelles, sont montées simultanément dans des espaces publics, ou commerciaux.
Un modèle de montre cartier, "J'arrête le temps", peut être créé à cette occasion, par l'artiste.

Conclusion.

cette action est ancrée, à la fois, dans un fond ancestral et la société technologique par notre rapport, éternel, métaphysique poétique, au temps – Cette problématique, rendue aiguë par la vie moderne, questionne chacun d'entre-nous.
Dans l'inconscient collectif la perspective de la fin du temps (la fin du monde, le jugement dernier, le déluge, la crainte nucléaire... constitue un fond d'angoisse irrationnelle. La dimension mythique, religieuse, refoulée, aujourd'hui, les développements incontrôlés du progrès.

En introduisant ce thème par un discours, inattendu, insolite et original, dans le flot médiatique l'artiste exorcise cette peur, et sans intermédiaires culturels traditionnels, délimite dans le tissu même de l'information un nouveau lieu de l'art –

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

(3)

1

Projet Fred Forest / Fondation Cartier -

"J'arrête le temps"

Forme : Oeuvre mediatique de caractère artistique, relevant des pratiques de l'art contemporain, et dont la portée à la fois, esthétique, éthique, symbolique et mythique, prend la forme d'une campagne de presse. Campagne de presse qui se déroule dans le cadre d'un module temporel donné.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

2

I Préambule

Pour l'humanité toute entière à travers les âges, et dans l'inconscient collectif, l'échéance de la fin du monde a toujours constitué un fond d'angoisse irrationnel de dimension mythique et religieuse. En introduisant sur ce thème un discours inattendu et insolite dans le flot médiatique à destination du grand public, l'artiste exorcise cette peur, et sans intermédiaire culturel, délimite dans le tissu même de l'information un nouveau "lieu de l'art."
A partir de ce lieu il va produire du sens.
Prétendant, (comme si cela allait de soit...), qu'il va arrêter le temps! De surcroit, rendant publique la date de cette échéance, il prendra le soin, jusqu'au moment "fatidique", d'expliquer sur un mode humoristico-réflexif, les raisons de sa décision, les mesures de sécurité à prendre, les conséquences prévisibles et imprévisibles...
En arrêtant le temps du "lieu de l'art" on est assuré, ; que les effets résultants de cet événement programmé n'entraîneront aucune catastrophe majeure. Le mythe est "retourné", côté positif. La finitude du temps, l'incapacité à le maîtriser deviennent pour l'homme dans nos sociétés modernes un problème de plus en plus douloureux.

En arrêtant le temps, ne serait-ce que pour une durée limitée, _____, (les artistes ne'ont pas tous les pouvoirs...) est introduit, par le jeu de l'imaginaire, un intervalle, une pause, un recul, _____ qui permet _____ de "l'évaluer" _____, et _____ de le refuser, de le "vivre"... dans une perspective nouvelle!

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

3

II Notre perception du temps dans la société occidentale actuelle.

La perception du temps se fait dans la durée d'une organisation s'articulant sur le rapport simultané/successif. Est-ce l'homme qui organise le temps, est-ce le temps qui organise l'homme ?
L'homme construit son horizon temporel à partir d'un "présent" contingent, à partir duquel s'ordonne, de part et d'autre, le passé ou l'avenir. Souvenirs d'un vécu déjà consommé, ou d'un futur fait de projets... Ce déroulement linéaire, est comme un vecteur sur lequel se déplace le curseur du présent.
Le temps est construction de la pensée.
Chaque individu, chaque culture produisent leur propre temps s'appuyant sur des données communes telles que les mouvements planétaires, l'alternance du jour et de la nuit, la répétition des saisons, la succession des générations...
Nos sociétés vivent le temps comme une histoire linéaire avec le sentiment diffus d'une accélération incontrôlée liée aux mutations de la société. L'individu fabrique son temps selon ses propres traits psychologiques, et les situations auxquelles il est confronté, dans ses modes de vie et son rapport à l'environnement.
Avec les mutations technologiques et l'accélération des communications à distance, en temps réel, notre rapport au temps est soumis à des révisions fondamentales. La vitesse, la multiplication des voyages à travers les fuseaux horaires perturbent l'alternance du jour et de la nuit et le cycle des saisons. Les lumières artificielles créent d'autres nuits, d'autres jours que ceux offerts par les rythmes solaires... Aux différents instruments : astrolabes

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

clépsydres, sables, horloges en tous genres, qui permettent la mesure et le découpage du temps se substituent d'autres repères. L'ordonnancement du programme télévisé restructure une autre forme du temps, personnel et social. La guerre électronique confie aux ordinateurs le soin de gérer un temps dont les divisions sont telles qu'elles se situent dans une dimension qui échappe à l'échelle humaine de perception. Notre rapport au monde s'en trouve modifié. L'homme d'aujourd'hui est confronté à des "perceptions" et des "organisations" temporelles nouvelles. Cette situation inconfortable, en elle-même, génératrice de stress, nécessite effort d'adaptation, conversion des modes de vie, remise en question des valeurs, réajustement sociaux-économiques. Des dangers de toutes sortes nous guettent qu'il faudra apprendre à esquiver. En contrepartie, dans cette situation historique de transformation qui s'impose à notre horizon apparaît, en même temps, l'exaltation et l'espoir. La fascination ~~fascinant~~ d'inventer un nouvel "ordre" du temps, qu'il nous restera, ensuite à vivre !

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

III Une oeuvre sous forme d'une campagne de presse.

Dans le contexte de ces transformations sensibles de notre relation au temps, tant au plan psychologique, individuel, qu'au plan social, il s'agira pour nous de produire un événement symbolique et médiatique – un événement symbolique qui fera sens à ce sujet – un "objet" symbolique produit par un artiste, et dont la "forme" prendra corps dans le système même d'information qui constitue l'environnement premier, dans lequel baigne l'homme aujourd'hui – cette oeuvre, donc, de type informationnel s'inscrira dans un espace temporel donné – Elle se déroulera comme une partition, dont l'orchestration dans l'actualité, avec ses propres règles formelles et rythmiques ; et surtout le caractère spécifique de ses contenus, lui créeront, immédiatement, une identité originale dans le flot de l'information globale – cette oeuvre, représentative des pratiques de notre époque, sera modelée par les outils de notre époque – sa mise en oeuvre s'effectuera selon des procédures qui relèvent directement des méthodes, des techniques, des supports auxquels recourent les professionnels de la communication – A la différence près que sa finalité artistique, d'emblée affirmée, comme la nature de son propos, le décalage délibéré, avec les informations ordinaires, la démarquera immédiatement. Lui conférant un statut particulier et unique à la perception du lecteur.

Dans le contexte de l'art contemporain ce type d'action dans son propos, comme dans sa forme, constitue une pratique inédite – Bien que les contenus de "l'oeuvre" relèvent d'une problématique du temps, liée à la modernité, le sujet abordé renvoit à l'histoire de l'art, à celle de l'humanité et des mythes les plus anciens aux

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

6

IV Retentissement attendu –

La réussite de l'action peut être pronostiquée par les atouts suivants :

Pertinence du thème :

Adéquation étroite entre le thème traité et la sensibilité de notre époque – Réflexion sur les questions soulevées par les mutations auxquelles l'homme doit faire face – Tentative, sur le mode distancié qui est celui de l'art, pour ouvrir le débat sur le sens de la vie dans nos sociétés, nos espoirs, nos angoisses, l'aspiration profonde au renouvellement des valeurs...

La forme choisie :

La campagne de presse, comme un des beaux-arts ! La campagne de presse comme pratique de communication et d'expression artistique se substitue, en quelque sorte à la peinture de ... chevalet, et à toutes les formes d'art qui privilégient le fétichisme de l'objet – Il s'agit là, d'un partipris audacieux qui tranche avec le conformisme et l'essoufflement des produits du marché, en matière d'art contemporain

Les vecteurs et supports utilisés :

Le mailing, la presse écrite, la radio, l'affiche, le réseau télématique, le téléphone... organisés dans des dispositifs, qui renforcent leurs effets convergents, constituent le "substrat" multi-media, de ce nouveau type d'œuvre. L'usage de ces medias modernes, mis au service de l'expression artistique contemporaine remplace avantageusement la toile de lin et la peinture à l'huile – Il permet en tout cas un élargissement considérable des publics potentiels – Par ces mêmes vecteurs "publics élitaires" aussi bien que publics "populaires" peuvent être touchés simultanément même si, comme on le sait, leurs grilles respectives de lecture fonctionnent à des niveaux différents.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

7

La production de modèles de représentations, la production d'objets et de discours symboliques, qui est le propre de l'activité artistique, ne reste pas circonscrite aux seuls circuits, dit culturels, mais prend corps au contraire dans notre environnement informationnel, au quotidien – Certes les supports utilisés restent toujours, dans cette pratique, des agents de diffusion, mais nous voudrions souligner que, dans notre conception, ils deviennent "le lieu" même de la création proprement. Au lieu physique, et géographique, se substitue de fait, dans la société de communication, le lieu de l'information, qui est constitué, dans un espace non localisable, par la superposition de tous les medias mis en oeuvre –

– l'arrière plan ——— inconscient et l'inconscient collectif, encore très puissants dans nos sociétés modernes –

La crainte nucléaire, La fin du monde, le déluge, la déclaration d'un conflit armé (comme la guerre du golfe, relayée par les medias) entretient, dans l'inconscient de chaque individu, des angoisses qui sont en rapport avec les peurs mythiques des temps les plus reculés.

——— Avec Jérôme Bosch, Goya, les expressionnistes, les surréalistes ... et chez ——— d'autres, encore, l'histoire de l'art est riche d'exemples significatifs.

Qu'aujourd'hui, des pratiques et des techniques de communication, les plus sophistiquées, servent à "parler" de nos angoisses, questionnant le sens de la vie, la place de l'homme et son inscription dans le temps, s'avère une évolution logique qui répond à une attente, toujours actuelle, devant la destinée humaine.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

8

V Réalisation / déroulement.

Le scénario décrit, ci-dessous, ne constitue qu'un modèle illustratif, — à titre d'exemple. Après étude et inventaire des moyens disponibles, il peut être modifié profondément. — Complété par d'autres types d'actions et de développements périphériques — s'adaptent et jouent avec l'actualité du moment.

Phase 1 : Etude.

Constitution d'une équipe. D'un groupe de réflexion animé par Fred Forest.
Etablissement du plan général de campagne, de sa durée, de sa chronologie, de sa méthode. Création des slogans, des logos, qui permettront son identification, et lui confèrent son identité, et son "style" médiatique, spécifique.

Phase 2 : Démarrage :
- Mailing adressé à des leaders d'opinions dans les domaines de la presse et de la culture.
- Publication des premières annonces et informations dont le caractère formel, aussi bien que la rédaction, visent à créer un effet de surprise, de curiosité. Un leitmotiv laconique : "J'ai décidé d'arrêter le temps". Puis, simultanément, d'autres vecteurs de communication sont mis en œuvre, transversalement, pour obtenir par effet médiatique l'amplification de cette curiosité. (Rumeurs, Événements urbains significatifs, informations contradictoires...)

Le public — ressent, progressivement, qu'on est en train de lui "raconter" un récit qui le concerne directement —, au niveau existentiel.

Le ton est celui de l'humour, de la transgression, de la complicité active, avec renvoi permanent au jeu croisé de l'imaginaire et de la réalité.

Phase 3 : Révélation

Le dessous des cartes est dévoilé ! — C'est un artiste qui fait passer, depuis deux mois, ces annonces dans la presse française et internationale. Oui, cet artiste a décidé d'arrêter le temps. — Pour cela il a fixé un jour et une heure précise

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

9

Commence alors sous des formes multiples et des rédactions diversifiées le "discours" de l'artiste sur le temps, tel que nous le vivons, tous, aujourd'hui -
Il développe en outre :
- Pourquoi c'est un artiste qui a décidé d'arrêter le temps !
- Pourquoi faut-il urgemment arrêter le temps ?
- Quand un artiste arrête le temps que va-t-il se passer ?
- Qu'elles sont les mesures à prendre en vue de l'échéance ? Les conseils pratiques ? les critiques de sécurité ?

L'argumentation se développe et se fonde sur une logique systématique de l'absurde - Le rythme des publications s'accélère en fonction de l'intervalle du temps qui raccourcit -
Nous créons en permanence le sentiment du compte à rebours qui nous rapproche de l'échéance, du moment fatidique : celui où le temps, pour le meilleur et pour le pire va s'arrêter.

Phase 4 La date-butoire, à la minute et la seconde près -

- Dernier mois.
- Puis jour J
- Puis, je suis présent dans le journal de 20 heures de TF1, car c'est à cette heure-là, précise, que le temps va s'arrêter ! Ces dernières cinq minutes nous les faisons vivre, avec le présentateur-vedette du 20 heures, à quarante millions de français...

A l'heure fatidique l'image se fige, trois secondes - Nos bouches restent ouvertes - Nos gestes sont suspendus. Sommes-nous immobilisés pour l'éternité ? Ouf, le temps redémarre à nouveau, après un ralenti et quelques secousses d'images, tout redevient normal -
Le présentateur remet l'horloge du studio à l'heure pour rattraper les trois secondes perdues. Invite les téléspectateurs à le faire autant chez eux.
La boucle est bouclée -

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

10

Le temps s'arrête, à la fois, au cours du Salon international de l'horlogerie à Genève et dans le Journal de 20 heures sur la première chaîne de TV nationale française

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

11

VI Partenaires

- Le réseau de succursales mondial Cartier, s'il est impliqué dans ce projet, peut en la circonstance donner à cet événement un support planétaire dans la mesure où chacune d'entre-elles soutiendrait localement le projet. (Publication des annonces)

- Des accords complémentaires sont à rechercher auprès de groupe de communications nationaux et internationaux afin de les associer au projet au titre du mécénat. (Bouygues, Hachette, Maxwell, Ted Turner, Berlusconi etc...

- Complémentaire à la campagne de presse proprement dite des actions permanentes ou régulières sont montées dans des espaces publics ou commerciaux.

- Un modèle de montre cartier, "J'arrête le temps" est créé, à cette occasion, par l'artiste

- Un film est réalisé retraçant toute l'action depuis son démarrage.

- Un livre est édité (accord avec un éditeur

Les ponts couverts	1992
Document exposant un projet d'installation (lumière et projections) dans le centre urbain de Strasbourg (France). Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23	

Projet Fred Forest.

Type : Création mondiale, in situ, par un artiste de notoriété internationale.

Lieu : Strasbourg, "Les ponts couverts". (à l'intérieur).

Forme : Exposition pour une durée de 3 semaines à trois mois.

But : Création d'un événement culturel de portée européenne.

Dispositif : Les lieux restent en l'état actuel, sans pratiquement aucune transformation. Y sont apportés des aménagements fonctionnels : éclairages spécifiques, laser, moniteurs T.V différents accessoires technologiques, textes... Ces différents éléments assurent la mise en scène des lieux d'une manière interactive.

Utilisation des lieux : Lieu de passage très intéressant pour la fonction de communication qu'il assume dans la ville entre deux rives. Il restera ouvert à la circulation piétonnière selon les modalités en cours actuellement. Les niches latérales de part et d'autre du couloir, derrière les grilles qui les protègent, feront l'objets des aménagements utiles pour la "Création".

Concept : Les hommes, depuis toujours, circulent à travers le temps et à travers l'Espace. Le projet a pour but d'évoquer, métaphoriquement, ce voyage. L'on "traverse" la vie. Chez les égyptiens l'on traversait, aussi, le Styx. Le "passage" donne accès à une autre rive qui est celle du Continent "spirituel". Dans ce trajet les piétons de Strasbourg sont mis en relation, interactive et esthétique, avec cette donnée métaphysique. En se

déplaçant d'une rive à l'autre, (en visiteurs ou pour se rendre à leur travail quotidien), ils font s'agir, par capteurs, des dispositifs, visuels et sonores, sur leur passage, à l'intérieur des niches. Le projet est porteur à la fois d'une dimension artistique (la première), mais aussi symbolique, où le sacré croise le profane, où le quotidien recoupe le métaphysique – Cette création ~~a~~ pour but d'établir "un pont" entre les traces du passé, (les sculptures entreposées), entre la modernité la plus avancée, (dispositifs technologiques), et le présent le plus contingent, vécu au jour le jour, au rythme de cette ville & les passants, citoyens de Strasbourg).

- La traversée du pont, selon le concept imaginé par l'artiste, s'effectuera un peu comme un livre dont on tourne les pages, au fur et à mesure qu'on avance – lecture reversible, et à double entrée, selon que l'on se dirige dans un sens ou dans l'autre. Cette "promenade" est vécue, intuitivement, comme un parcours initiatique – Un parcours initiatique dans un paysage "total", où les éléments constitutifs du passé, se fondent dans ceux de notre présent – Lieu où l'alpha et l'omega se rejoignent, dans le mouvement et la trajectoire de nos propres pas !

- La forte fréquence des lieux, en eux-mêmes, le bric à brac insolite des statues tronquées sur le sol, la dimension imaginaire induite par la lecture qu'en propose l'artiste, le recours à la technologie contribueront à inspirer une émotion privilégiée au "promeneur – spectateur – traverseur" du pont.

Déroulement :

Le projet, tel que ci-dessus défini, simultanément dans l'espace urbain, ou dans le temps, peut se compléter d'actions périphériques. Il joue comme centre

nodal autour duquel s'organisent des actions éclatées dans la ville.

Par exemple : a) Pour l'inauguration du Tramway, circulation d'une rame, sans voyageurs, dans laquelle ont été installées, aux fenêtres, des sculptures du même type ...

b) Installation provisoire, en des points choisis dans la ville, de ces mêmes "personnages" de pierre, assortis d'une information qui effectue le renvoie de sens, aux ponts couverts ...

c) etc ....

Budget : Le budget définitif sera arrêté après une étude préalable. Il sera fonction de différents facteurs : durée de l'exposition, matériaux utilisés, mise en oeuvre, gardiennage etc... Une option "haute" très ambitieuse ou une option "basse, plus modeste, font au faire varier notablement l'évaluation, selon la formule retenue.
Nous estimons, toutefois, qu'un budget plafonné à 100.000 francs fournira déjà l'ensemble un résultat de réalisation très satisfaisant.

Des budgets d'étude et de communication complémentaires s'avéreront nécessaire, selon l'impact recherché aux plan local, national ou Européen ...

- Les honoraires de l'artiste et de ses assistants ne sont pas inclus dans ce montant de 100.000 F.
- Les frais de gardiennage pour la durée de l'exposition seront à la charge de la municipalité.
- L'association le TERRITOIRE (loi 1901) est en mesure de se charger de la réalisation éventuellement.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

Remarques :

En saisissant l'opportunité de cette création mondiale, la ville de Strasbourg avec un budget somme toute modeste, peut réaliser une opération exceptionnelle. Opération fructueuse, lui permettant, du même coup, de réaliser une communication totale.

- Affirmation de son image culturelle dans le contexte européen par une initiative originale.
- Mise en valeur de son patrimoine historique et touristique –
- Opération d'animation et d'information locale où se trouve directement impliqué le citoyen de base, (animation urbaine éclatée).
- affirmation de son rôle Européen, avec un artiste Européen lié par sa pratique aux formes d'art les plus avancées, tournés vers le futur –
- Sensibilisation et préfiguration à l'installation d'un musée d'art moderne –
- Enfin, possibilité de passer un message d'ordre symbolique sur la construction de l'Europe, car ces figures de pierre, dans la création de l'artiste, seront aussi des oracles positifs.

Mélange	1992
Projet daté de juillet 1992 proposé au Studio Leonardi, Gênes (Italie) et à Marie-Thérèse Michaud, directrice du Centre culturel franco-italien de Gênes. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22 & INA23 Version réalisée antérieure : - *Mélange*, Exposition « Les quatre éléments », Usine éphémère, Méru (France), du 2 juin au 30 août 1990	

(1)

" Mélange, métissage et hybridation " de Fred Forest

Il y aura toujours une différence fondamentale entre ceux qui utilisent la caméra comme instrument pour obtenir un film et les artistes qui se servent de la vidéo pour en explorer systématiquement les multiples ressources – les artistes vidéo en utilisent toutes les expansions possibles, s'attachent à travailler sur les aspects spécifiques du medium, en effectuant la mise en scène spatiale, en exacerbant les débordements et distorsions, mettent à valeur ses caractéristiques visuelles au niveau perceptif – ..

L'installation que je propose pour Studio ~~[illegible]~~ sous le titre générique de "mélange" met en évidence d'une façon explicite la rencontre croisée des flux liquides et des flux cathodiques – Les moniteurs, disposés côte à côte, sont placés directement au sol, en arrière d'une plaque réfléchissante, (miroir), destinée à créer une sorte de tranchée lumineuse au fond de laquelle la circulation des images est inversée. L'installation nécessite de fonctionner dans une pénombre proche de la nuit sombre de manière à ce que disparaissent les bords extérieurs des meubles TV pour ne laisser subsister que leurs fenêtres lumineuses. Le spectateur est invité à appréhender frontalement un alignement de moniteurs tout au long duquel un courant fluide et aquatique se déplace, d'un appareil à l'autre, dans un mouvement latéral continu – Mouvement accompagné ~~de~~ d'un son qui s'adresse directement à notre inconscient, renvoyant symboliquement et métaphoriquement le spectateur au mouvement continu du temps, qui s'écoule, sans jamais que nul ne puisse l'arrêter ! Le mouvement de l'eau se déplace ainsi, de droite à gauche, en suivant la structure linéaire créée, sans que rien ne soit en mesure de le stopper – Une trame visuelle électronique réalisée en régie recompose

(2)

perpendiculairement la ligne irréalisable de cet horizon liquide. Sur les bords supérieurs des écrans naissent en effet des formes qui, à première vue, semblent être des gouttes colorées d'une solution aqueuse qui grossissent, s'étirent ... et finissent par se séparer, comme happées vers le bas par la partie inférieure des écrans.
La répétition dans un cycle court, quasi-incantatoire, de ce mouvement croisé, exerce (on devrait exercer selon ces hypothèses...) une sorte d'aspiration du regard plongeant le spectateur dans ~~une sorte de~~ un vertige lent, proche de l'hypnose. L'objectif recherché reste bien sûr pour moi, ici, de tenter d'unifier dans l'espace un certain nombre d'images en les présentant dans le "continuum" d'un dispositif mis en place pour la circonstance. Au-delà de l'installation, elle-même, l'espace alentour devrait, selon ces deux mouvements ~~structurés, en mouvement~~ croisés, se trouver structuré par leur prolongement mental.
A l'origine ce type d'installation a été conçu pour fonctionner en temps réel, la source des images ne résidant pas dans des cassettes pré-enregistrées mais sur une prise de vue en direct, transmise par satellite depuis un autre continent que ce soit ~~des~~ ~~le~~ bord de l'Amazone, du Mississipi... ou du Nil. Seuls les moyens financiers mis à notre disposition ——— nous ont fait renoncer à cet aspect pour n'en présenter qu'une simulation locale. Il est tout à fait évident que l'utilisation du satellite à l'occurence dans une action de ce type, en rendrait le concept plus conforme aux objectifs et aux propos développés par l'esthétique de la communication.
Le passage de la vidéo à la transmission TV contribue à un enrichissement et à un glissement de sens tout à fait significatif dont la portée n'a pas encore été saisie par tous. C'est un changement fondamental qui

(3)

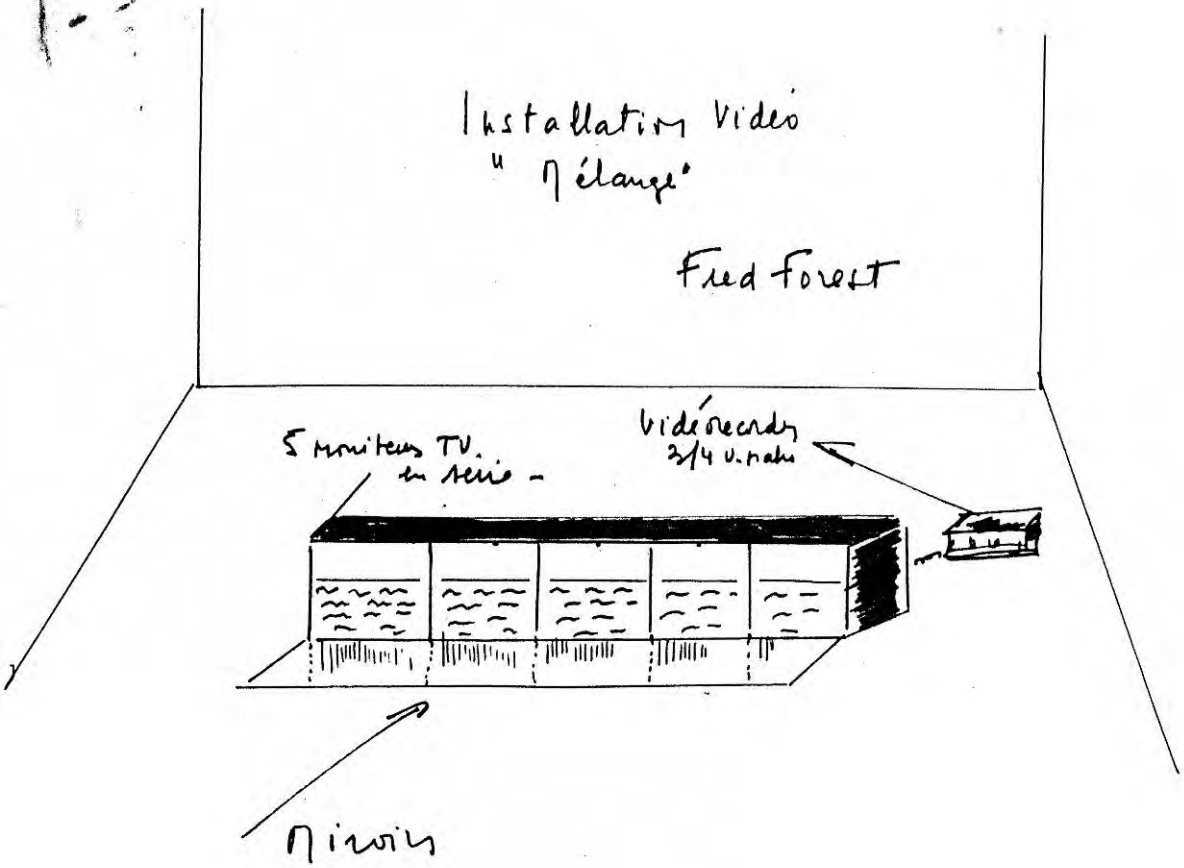
s'opère du passage de l'un à l'autre – La "représentation" cesse d'être l'opération-clef au profit de la "transmission" – le spectateur au lieu d'être invité à réactiver de lui-même les formes stabilisées proposées par l'artiste dans une installation vidéo localisée est entraîné dans le mouvement des messages-images – A ce moment-là l'écran exclut toute représentation mémorisée, et même toute possibilité de représentation, pour ne plus fonctionner, uniquement que sur un mode où l'image cède la place à l'image contingente suivante –

Fondée des millénaires durant sur la spatialisation polymorphe des images la communication iconique aujourd'hui tend de plus en plus à faire de l'écran vidéo le lieu nodal de toute la communication – cette médiation, radicalement nouvelle, est elle-même source d'émotion nouvelle (regard à distance et partage planétaire collectif).

Les artistes doivent s'efforcer d'en explorer tous les aspects – Dans le meilleur des cas ils n'ont aucune raison, bien au contraire, ~~de faire coexister~~ de ne pas saisir l'occasion de faire coexister dans leurs oeuvres, étroitement confondus, à la fois les aspects "présentationnels" d'aujourd'hui, et "représentationnels" d'hier –

Très vite le simple enregistrement, puis la diffusion d'une bande enregistrée en vidéo n'a plus suffi à bon nombre d'artistes qui désiraient légitimement explorer d'autres champs ouverts par le médium électronique – Ils se sont orientés alors, naturellement, vers les concepts de "sculptures" ou "d'environnements" vidéo qui étaient déjà très directement reliés ~~aux~~ à d'autres pratiques artistiques contemporaines – La généralisation des moyens de communication à distance ~~ouvre~~ leur ouvre de nouvelles perspectives il leur appartient maintenant de s'en approprier et d'en explorer toutes les possibilités du point de vue de l'art.

1992 Mélange
Document manuscrit, « Installation vidéo *Mélange* Fred Forest »
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA22



Projet proposé au Studio Leonardi de Gênes et à madame Thérèse Richaud
Directrice du Centre Culturel Franco-Italien

1992 Mélange
Document tapuscrit, lettre de Rosa Leonardi (Cercle Culturel V-IDEA) adressée à Dominique Raoux-Cassin (AFFA, Paris) traduite et transmise par les services du Centre culturel franco-italien Galliera, Gênes, datée du 10 juillet 1992, page 01/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

CENTRE CULTUREL FRANCO-ITALIEN GALLIERA

la Directrice.

Gênes, le 10 juillet 1992

à Monsieur Dominique RAOUX-CASSIN
Secrétaire Général de l'AFAA
45 rue Boissière
75116 PARIS - FRANCE

Traduction de la lettre de Mme LEONARDI

Madame,

Le Cercle Culturel V-IDEA sollicite la collaboration du Centre que vous dirigez pour présenter à Gênes une installation de Fred FOREST, artiste parmi les plus importants et significatifs de l'esthétique de la communication internationale.

FOREST, en contact depuis des années avec V-IDEA est très intéréssé par la réalisation d'un projet dans notre ville (voir projet ci-joint).

L'exposition pourrait ensuite circuler dans d'autres villes, comme Turin et Milan.

Il s'agit d'une initiative de très grande valeur culturelle qui tend à se détacher nettement du panorama artistique international, trop souvent banal et médiocre.

Nous sommes donc certains, connaissant votre grande sensibilité pour les Arts et la Culture dans leurs aspects de recherche la plus avancée, que l'initiative vous intéressera.

Dans l'attente de votre réponse, veuillez agréer, Madame, nos salutations distinguées.

Madame Rosa LEONARDI

Service Culturel de l' Ambassade de France en Italie
Palazzetto Rosso, via Garibaldi 20, 16124 Genova · tel. (010) 204748

1992 Mélange
Document joint à la lettre de Rosa Leonardi (Cercle Culturel V-IDEA) adressée à Dominique Raoux-Cassin (AFFA, Paris) traduite et transmise par les services du Centre culturel franco-italien Galliera, Gênes, datée du 10 juillet 1992, page 02/02
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

CENTRE CULTUREL FRANCO-ITALIEN GALLIERA

la Directrice.

PROJET DE FRED FOREST POUR UNE INSTALLATION DANS LE CERCLE V-IDEA

(traduction sommaire)

Le titre de l'installation est : MELANGE

L'installation fonctionne dans l'obscurité et l'élément sonore est important :

Elle est composée de :

- 6 moniteurs Sony;
- 1 magnétoscope Sony 3/4 U-Matic de diffusion;
- 1 miroir de 70 cm de largeur sur la longueur de tous les moniteurs alignés et posés sur le sol. Les moniteurs sont montés en série et la table de commande est située à la base.

L'artiste donnera en outre une conférence sur sa pratique artistique et sur l'esthétique de la communication.

Service Culturel de l' Ambassade de France en Italie
Palazzetto Rosso, via Garibaldi 20, 16124 Genova - tel. (010) 204748

1992 Mélange
Document tapuscrit, lettre de Marie-Thérèse Michaud, Directrice du Centre culturel franco-italien Galliera (Gênes), adressée à Dominique Raoux-Cassin (AFFA, Paris), soutenant le projet *Mélange* de Fred Forest, datée du 10 juillet 1992

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

CENTRE CULTUREL FRANCO-ITALIEN GALLIERA

la Directrice.
PROT. : 249/CF/92

Gênes, le 10 juillet 1992

Monsieur Dominique RAOUX-CASSIN
Secrétaire Général de l'AFAA
45 rue Boissière
75116 PARIS - FRANCE

Monsieur,

je me permets de vous transmettre une lettre que m'adresse Madame Rosa LEONARDI qui anime, à Gênes, un centre de recherche sur la vidéo et les arts audio-visuels.

Madame LEONARDI souhaite depuis plusieurs années inviter Monsieur Fred FOREST, et me demande de collaborer à ce projet.

Or, le Centre Culturel ne peut, par sa configuration même, accueillir une exposition telle qu'elle est prévue par Fred FOREST (nous disposons d'une grande salle polyvalente où se succèdent concerts, conférences, cinéma, rencontres, étudiants etc...), et par ailleurs, ses ressources ne lui permettent pas de financer cette opération, malgré l'intérêt qu'elle présente.

Sachant par Madame LEONARDI que Fred FOREST est un artiste déjà bien connu de vos services, je prends la liberté de solliciter votre aide - par exemple sous forme d'un voyage aller-retour Paris-Gênes - qui permettrait de présenter dans notre ville, mais aussi sans doute à Turin et Milan, un artiste dont la venue est souhaitée par des chercheurs et des artistes italiens.

Je vous remercie par avance de votre bienveillante attention et je vous prie d'agréer l'expression de mon meilleur souvenir.

La Directrice
Marie-Thérèse MICHAUD

Service Culturel de l' Ambassade de France en Italie
Palazzetto Rosso, via Garibaldi 20, 16124 Genova - tel. (010) 204748

J’arrête le temps ou qui m’aime me suive	1993

Dossier présentant une déclinaison de *J’arrête le temps,* prévue pour se dérouler au second semestre 1993 ou au premier semestre 1994, en partenariat avec la Fondation Cartier, Paris (France).
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA20

Autres versions :

- Œuvre réalisée :

1998 *J’arrête le temps*

- Projets non réalisés :

1983 *Arrêtez le temps et redevenez vous-même*
1983 *J’arrête le temps*
1986 *J’arrête le temps* ou *Opéramédia*
1986 *J’arrête le temps* ou *Métropéra* (prévu pour Cologne)
1987 *J’arrête le temps*
1991 *J’ai décidé d’arrêter le temps*
1991-92 *J’arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier) (versions A et B)
1993-94 *J’arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier)
1994 *J’arrête le temps*

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

"J'ARRETE LE TEMPS OU, QUI M'AIME ME SUIVE"

Au moment de mettre en oeuvre ma prochaine opération de presse, il m'est apparu utile d'en informer les chercheurs en communication susceptibles de s'y intéresser. Je lance donc, ici, un appel aux plus motivés d'entre eux qui désireraient s'y impliquer, soit à titre individuel, soit à titre collectif. Cette participation à géométrie variable, dont les modalités restent à définir, dans chaque cas, fait directement appel à leur contribution intellectuelle, les moyens dont ils disposent, et à une base logistique éventuelle. En s'associant à un projet de cette nature ils pourraient saisir là l'occasion unique de travailler en temps réel sur une expérimentation inédite concernant directement le fonctionnement du symbolique et de l'imaginaire, dans le corps même de l'information. L'expérimentation porte pour titre générique :"J'arrête le temps"; Elle s'effectuera dans le deuxième semestre 1993 ou le premier semestre 1994. Elle est conçue et sera présentée comme une "oeuvre" d'artiste dont le travail s'exerce sur, (et dans) les "formes" de la communication. Elle est commanditée par la fondation Cartier. Elle bénéficiera du soutien du conseil supérieur du Mécénat. Elle se réalise sous forme d'une campagne de presse, dans le corps même de l'actualité. Elle se déploie sur une durée de deux mois consécutifs. Contrairement aux finalités de la publicité, cette campagne n'a pas pour objet de conforter une image ou de vanter un produit. Elle vise à produire du symbolique à l'intérieur même de l'information quotidienne ambiante. C'est l'action d'un "artiste", qui choisit là une pratique originale et singulière pour faire passer son message. Son but est de nous amener à réfléchir sur le rapport individuel et social que chacun de nous entretient, aujourd'hui avec la notion de temps. Cela de manière inattendue, sur un mode humoristique, distancé et complice. L'homme contemporain a le sentiment qu'il ne maîtrise plus ce temps dont il a la conscience angoissée qu'il s'accélère, toujours plus ! Pour atteindre cet objectif, je développerai, au jour le jour, dans certains supports de la presse quotidienne (1) un scénario qui démarre sur l'affirmation gratuite et quelque peu "naïve", selon laquelle j'ai décidé d'arrêter le temps, deux mois plus tard (le temps de la campagne), un jour donné, à la seconde donnée, dont la date est expressément fixée.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

L'arrière plan notionnel et l'inconscient collectif sont encore très puissants dans nos sociétés modernes. La crainte nucléaire, l'arrêt du temps, la déclaration d'un conflit armé (la guerre du golfe relayée par les médias entretient dans l'inconscient de chaque individu, des représentations mentales qui sont en rapport avec les mythes les plus anciens) (2). Avec les mutations technologiques et l'accélération des communications à distance en temps réel, notre rapport au temps est soumis, par ailleurs, à des révisions fondamentales. L'homme d'aujourd'hui est confronté à des "perceptions" et des "organisations" temporelles nouvelles.

L'expérimentation proposée (la création), s'inscrit dans un espace médiatique temporel donné. Elle se déroule selon une ligne narrative réglée mais ouverte, qu'intègre les évènements de l'actualité et joue avec eux. L'action est conçue, dans son exécution, comme une véritable partition dans le champ global de l'information. Orchestrée par sa propre logique de création, elle met en oeuvre ses propres règles, sémantiques, visuelles.
Il s'agit donc d'un discours sur le temps, tenu par un artiste, dans le flot continu de l'actualité.

- Pourquoi est-ce un artiste qui a pris cette initiative ?

- Un artiste a-t'il le droit d'arrêter le temps ?

- Pourquoi faut-il urgemment arrêter le temps ?

- Si le temps ne fait que ralentir, ou au contraire s'accélérer, que va-t'il se passer ?

- Quelles sont les mesures, les conséquences de sécurité, ou d'hygiène à prendre ?

- Les conseils pratiques, etc...

Bref, tout au long du compte à rebours engagé, jusqu'à la date butoir fixée, sont déclinées les multiples simulations de cet évènement exceptionnel ; et ses conséquences sur nos modes de vie.

Une fois démarrée, l'action fait appel à la participation active des lecteurs. Ils sont invités à se prononcer : à se déclarer pour, ou contre, l'arrêt du temps ! Des instituts de sondage requis publient chaque semaine l'évolution des tendances. Un débat national s'instaure. Des personnalités diverses sont pressées de s'exprimer et de prendre position. Bien entendu, l'action se termine dans le 20 H.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

Ils sont invités à se prononcer : à se déclarer pour, ou contre, l'arrêt du temps ! Des instituts de sondage requis publient chaque semaine l'évolution des tendances. Un débat national s'instaure. Des personnalités diverses sont pressées de s'exprimer et de prendre position. Bien entendu, l'action se termine dans le 20 Heures du Journal Télévisé, qui devient une création en soi, ce jour-là.

Quand le temps doit s'arrêter, et quand cette information se trouve juxtaposée, sur le même support de presse, en regard des autres faits de l'actualité... Il est tout à fait patent que ces derniers sont soudain relativisés, quand ils ne sont pas, purement et simplement, vidés de leur sens !

C'est là que l'action artistique, de façon spécifique, **fait naître un autre sens.** Un sens qui relève sans doute du plaisir esthétique, mais au delà de l'esthétique touche, aussi, au philosophique, à l'éthique et à l'indispensable transgressif... Tout au long de l'action de presse engagée l'arrêt du temps n'est jamais présenté comme vision apocalyptique. Au contraire, avec tout l'humour nécessaire, cette pause est entrevue comme l'avènement d'un havre de paix, salutaire, dont il faut savoir saisir la chance, pour retrouver son équilibre. Pour se retrouver soi-même.

Je fais donc appel, ici aux chercheurs, à la fois comme observateurs et comme consultants, dans cette opération, sur laquelle ils pourront avoir, en contrepartie, les informations et les matériaux en première main. Ils pourront organiser leurs propres axes d'approche et d'analyse en fonction de leurs propres centres d'intérêt. S'ils sont assez nombreux, nous organiserons un réseau dans lequel s'autodétermineront les fonctions. Au moment où de façon de plus en plus fréquente se développent entre artistes et scientifiques (3), de fructueuses confrontations, il serait judicieux que les sciences humaines, et plus particulièrement les sciences de la communication ne restent pas, à l'écart de tels courants. Il ne faudrait pas que la frilosité bien connue des institutions, et leur légendaire prudence en France, les confinent, comme c'est trop souvent le cas, dans une consternante stérilité.

Pour un trop grand nombre, encore, certaines pratiques, certaines personnalités, sont suspectées d'être incontrôlables.Il est vrai que du côté de la créativité, cela sent toujours... un peu le soufre. Mais qui peut se vanter d'avoir fait quelque chose d'intéressant dans sa vie s'il n'a pas pris un jour le risque de se brûler les doigts ?

Qui m'aime me suive ! Que les autres restent, bien au chaud, chez eux, en regardant la télé.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

(1) Serge July, directeur de "Libération", que j'ai rencontré courant décembre a réservé le meilleur accueil au projet. Trois quotidiens de province ont donné un accord de principe à leur participation. Une chaîne nationale de T.V aura l'exclusivité pour le 20H00. D'autres supports de presse seront ultérieurement sollicités.

(2) "La guerre du Golfe et la guerre électronique", installation, La Base, Centre d'Art Contemporain, Levallois Perret, Juillet 1991.

(3)

- Colloque "Art et Cognition", Aix en Provence, 5 au 17 Juillet 1992

- Artmédia IV, Université de Salerne, Novembre 1992.

- L'Art au défi des technosciences, Parc de la Villette, Novembre 1992.

- Colloque Vilèm Flusser, Prague, Décembre 1992.

Pour tous contacts, s'adresser à :

FRED FOREST, "J'ARRETE LE TEMPS" Territoire du M2, 60540 ANSERVILLE FRANCE

J’arrête le temps	1993-1994

Dossier présentant une déclinaison de *J’arrête le temps,* prévue pour se dérouler courant 1994, bénéficiant du soutien de la Fondation Cartier, du Centre Georges Pompidou et du Conseil Supérieur du Mécénat et du Ministère de la Communication, Paris (France)

Autres versions :

- Œuvre réalisée :

1998 *J’arrête le temps*

- Projets non réalisés :

1983 *Arrêtez le temps et redevenez vous-même*
1983 *J’arrête le temps*
1986 *J’arrête le temps* ou *Opéramédia*
1986 *J’arrête le temps* ou *Métropéra* (prévu pour Cologne)
1987 *J’arrête le temps*
1991 *J’ai décidé d’arrêter le temps*
1991-92 *J’arrête le temps* (partenaire : Fondation Cartier) (versions A et B)
1993 *J’arrête le temps ou qui m’aime me suive*
1994 *J’arrête le temps*

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA20

1993-1994 J'arrête le temps

Document tapuscrit « Le projet *J'arrête le temps* conçu par Fred Forest et dont la réalisation s'effectuera courant 1994 bénéficie du soutien de la Fondation Cartier, du Centre Georges Pompidou, … », page 01/06

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

Le projet **"J'arrête le temps"** conçu par Fred Forest et dont la réalisation s'effectuera courant 1994 bénéficie du soutien de la Fondation Cartier, du Centre Georges Pompidou et du Conseil Supérieur du Mécénat et du Ministère de la Communication.

La mise en oeuvre de ce projet nécessite la participation d'un quotidien national, de deux ou trois grands quotidiens régionaux, d'un news magazine, d'une agence de presse et dans sa phase finale, d'une chaîne de télévision.

L'érosion des ventes et la récession publicitaire contraignent la presse écrite à trouver des solutions à la crise qu'elle traverse. Certes, des remèdes sont à rechercher dans la diversification vers les médias électroniques mais également par un enrichissement rédactionnel et de nouvelles formes de relation à mettre en oeuvre pour séduire de nouveaux lecteurs en développant notamment l'interactivité. Jean Miot, Président du Syndicat de la Presse française insistait récemment sur la nécessité d'un souffle d'imagination sur la forme et les contenus qui devrait accompagner la cure de jouvence attendue par l'utilisation des nouvelles technologies.

A ce titre, le projet de Fred Forest, par toutes les conditions qu'il réunit et la participation active ou implicite des lecteurs qu'il requiert, pourrait constituer un test décisif, une expérimentation originale qui démontrerait la capacité à innover des supports de presse y participant.

Fred Forest, titulaire d'un doctorat d'Etat de la Sorbonne, a réalisé en France comme à l'étranger, de nombreuses expériences de presse qui lui ont valu une reconnaissance internationale et d'importantes distinctions décernées par les milieux universitaires de la Communication.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

J'ARRETE LE TEMPS

OBJET

Pour l'humanité tout entière à travers les âges et dans l'inconscient collectif, l'échéance de la fin du monde a toujours constitué un fond d'angoisse irrationnel de dimension mythique et religieuse. En introduisant sur ce thème un discours inattendu et insolite dans le flot médiatique à destination du grand public, l'artiste exorcise cette peur, et sans intermédiaire culturel, délimite, dans le tissu même de l'information, un nouveau "lieu de l'art". A partir de ce lieu il va produire du sens. Prétendant (comme si cela allait de soi...) **qu'il va arrêter le temps!** Rendant publique la date de cette échéance, il prendra le soin jusqu'au moment fatidique, d'expliquer sur un mode humoristico-réflexif, les raisons de sa décision, les mesures de sécurité à prendre, les conséquences prévisibles...et imprévisibles. En arrêtant le temps du "lieu de l'art", il est certain que les effets résultant de cet événement programmé n'entraîneront aucune catastrophe majeure. Le mythe sera ainsi "retourné" positivement. La fuite du temps, l'incapacité à le maîtriser, deviennent pour l'homme dans nos sociétés modernes un problème de plus en plus irrévocable. En arrêtant le temps, ne serait-ce que pour une durée limitée est introduit, par le jeu de l'imaginaire, un intervalle, une pause, un recul, qui permettent de les évaluer et de les repenser, de les vivre dans une perspective nouvelle.

PERCEPTION DU TEMPS DANS LA SOCIETE OCCIDENTALE

La perception du temps se fait dans la durée d'une organisation s'articulant sur le rapport simultané/successif. Est-ce l'homme qui organise le temps, est-ce le temps qui organise l'homme? L'homme construit son horizon temporel à partir d'un présent contingent à partir duquel s'ordonne de part et d'autre, le passé et l'avenir. Souvenirs d'un vécu déjà consommé ou d'un futur fait de projets...Ce déroulement continu est comme un vecteur sur lequel se déplace le curseur du présent. ***Le temps est construction de la pensée****. Chaque individu, chaque culture produit leur propre temps s'appuyant sur des données communes telles que les mouvements planétaires, l'alternance du jour et de la nuit, la répétition des saisons, la succession des générations...Nos sociétés vivent le temps comme une histoire linéaire avec le sentiment diffus d'une accélération incontrôlée liée aux mutations de la société...L'individu fabrique son temps selon ses propres traits psychologiques et les situations auxquelles il est confronté, dans ses modes de vie et son rapport à l'environnement.* ***Avec les mutations technologiques et l'accélération des communications à distance, en temps réel, notre rapport au temps est soumis***

à des révisions fondamentales. *La vitesse, la multiplication des voyages à travers les fuseaux horaires perturbent l'alternance du jour et de la nuit et le cycle des saisons. Les lumières artificielles créent d'autres nuits, d'autres jours que ceux offerts par les systèmes solaires...Aux différents instruments : astrolabes, clepsydres, sabliers, horloges en tout genre, qui permettent la mesure et découpage du temps se substituent d'autres référents. L'ordonnancement du programme télévisé restructure une autre forme du temps, personnel et social. La guerre électronique confie aux ordinateurs le soin de gérer un temps dont les divisions sont telles qu'elles se situent dans une dimension qui échappe à l'échelle humaine de perception. Notre rapport au monde s'entrouvre modifié. L'homme d'aujourd'hui est confronté à des perceptions et des organisations temporelles nouvelles. Cette situation inconfortable, elle même génératrice d'inquiétude, nécessite effort d'adaptation, conversion des modes de vie, remise en question des valeurs, réajustements socio-économiques. En contrepartie, dans cette situation historique de transformation qui s'impose à notre horizon apparaît, en même temps, l'exaltation et l'espoir, la fascination d'inventer un nouvel "ordre" du temps, qu'il nous restera, ensuite, à vivre.*

L'arrière plan irrationnel et l'inconscient collectif encore très puissants dans nos sociétés modernes. *La crainte nucléaire, la fin du monde, le déluge, la déclaration d'un conflit armé (comme la guerre du Golfe, relayée par les médias) entretiennent dans l'inconscient de chaque individu des angoisses qui sont en rapport avec les peurs mythiques des temps les plus reculés. Avec Jérôme Bosch, Goya, les expressionnistes, les surréalistes...et chez d'autres encore, l'histoire de l'art est riche d'exemples significatifs. Qu'aujourd'hui, les pratiques et les techniques de communication les plus sophistiquées, servent à parler de nos angoisses, questionnent le sens de la vie, la place de l'homme et son inscription dans le temps, s'avère être une évolution logique qui répond à une attente, toujours actuelle, devant la destinée humaine.*

FORME DE L'INTERVENTION

Oeuvre médiatique de caractère artistique relevant des pratiques de l'art contemporain et dont la portée à la fois esthétique, éthique, symbolique et mythique prend la forme d'une campagne de presse qui se déroule dans le cadre d'un module temporel donné.

VECTEURS ET SUPPORTS UTILISES

Le mailing, la presse écrite, la radio, l'affiche, le réseau télématique, le téléphone...organisés comme des dispositifs qui renforcent leurs effets convergents constituent le "substrat" multimédia de ce nouveau type d'oeuvre. L'usage de ces médias modernes mis au service de l'expression artistique contemporaine remplace avantageusement la toile de lin et la peinture à l'huile. Il permet en tout cas l'élargissement considérable des publics potentiels. Par ces mêmes vecteurs, les "publics élitaires" aussi bien que les publics dits populaires peuvent être touchés simultanément même s'il reste indéniable que les grilles respectives de lecture fonctionnent à des niveaux différents. La production des modèles de représentation, la production d'objets et de discours symboliques, qui est le propre de l'activité artistique, ne reste pas circonscrite aux seuls circuits culturels mais prend corps, au contraire, ***dans l'environnement informationnel du quotidien****. Certes les supports utilisés restent toujours, dans cette pratique, des agents de diffusion mais nous voudrions souligner que, dans cette conception, ils deviennent "le lieu" même de la création proposée. Au lieu physique et géographique se substitue, de fait dans la société de communication, le lieu de l'information, qui est constitué, dans un espace localisable, par la superposition de tous les médias mis en oeuvre.*

UNE CAMPAGNE DE PRESSE

Dans le contexte de ces transformations sensibles de notre relation au temps, l'oeuvre consistera à **produire un événement symbolique et médiatique et dont la forme prendra corps dans le système de l'information** qui est l'environnement premier de l'homme aujourd'hui. Cet oeuvre de type informationnel s'inscrira dans un espace temporel donné. Elle se déroulera comme une partition dont l'orchestration dans l'actualité avec ses propres règles formelles et rythmiques, et surtout le caractère spécifique de ses contenus, lui créeront, immédiatement, une identité originale dans le flot de l'information globale. Cette oeuvre représentative des pratiques de notre époque sera modelée par des outils de notre époque. Sa mise en oeuvre s'effectuera selon les procédures qui relèvent directement des méthodes, des techniques, des supports auxquels recourent les professionnels de la communication. A la différence près que la finalité artistique, d'emblée affirmée, le décalage délibéré avec les autres informations, la démarquera immédiatement, lui conférant un statut particulier et unique à la perception du lecteur. Dans le contexte de l'art contemporain, ce type d'intervention, dans son propos comme dans sa forme même, constitue une pratique actionnelle inédite. Bien que les contenus de l'oeuvre relèvent d'une problématique du temps liée à la modernité, le sujet abordé renvoie à l'histoire de l'art, à celle de l'humanité et des mythes ancestraux.

PARTICULARITES QUALITATIVES

PERTINENCE DU THEME

Adéquation étroite entre le thème traité et la sensibilité de notre époque. Réflexion sur les questions soulevées par les mutations auxquelles l'homme doit faire face. Tentatives, sur le mode distancé qui est celui de l'art, pour ouvrir le débat sur le sens de la vie dans nos sociétés, l'aspiration profonde au renouvellement des valeurs...

LA FORME CHOISIE

La campagne de presse comme un des beaux arts! La campagne de presse comme pratique de communication et d'expression artistique se substitue en quelque sorte à la peinture...et à toute forme d'art qui privilégie le fétichisme de l'objet. Il s'agit là d'un parti pris audacieux qui tranche avec le conformisme et l'essoufflement des valeurs artistiques du marché institutionnalisé. Sur la page du journal, un logo original ou une forme graphique spécifique permettra au lecteur d'identifier immédiatement ce nouvel "objet" journalistique. Cette nouvelle rubrique, au jour le jour, et ce conformément aux règles déontologiques de la presse, évitera toute confusion avec les contenus rédactionnels de l'information.

LE RAPPORT A L'ACTUALITE

La nature même des commentaires, des indications, des remarques libellées par l'artiste dans ces espaces réservés (activés par rapport à une date butoir) relativisera les informations de la même page...créant ainsi un jeu de distanciation et d'ironie qui en dédramatisera les contenus. A ce titre, ces espaces de commentaires joueront en quelque sorte une fonction analogue à celle que remplit le dessin de presse politique. Il s'agit bien là d'expérimenter un genre journalistique qui sous la forme écrite fait sens dans sa relation juxtaposée aux thèmes traités par l'actualité du moment. Cette forme, bien qu'elle puisse dans une certaine mesure s'apparenter avec ce qui est appelé "le billet", se distingue du fait de sa continuité, jour après jour, dans une action programmée. Bien entendu, les contenus de ces espaces proposés par l'artiste feront l'objet d'une concertation permanente avec la rédaction et publiées avec son agrément.

PARTICIPATION DES LECTEURS

Une collaboration avec un institut de sondage national permettra de divulguer tout au long de l'action les résultats d'enquêtes faisant connaître la position des français (les français désirent-ils que le temps s'arrête à la date prévue?...). De tels sondages permettent de recueillir de précieuses indications sur le positionnement des individus dans la perspective fictionnelle d'une société utopique. Cette problématique sera exploitée d'une façon ludique par les partenaires de presse qui auront là l'opportunité d'établir une relation d'échange et de participation directe avec leurs lecteurs. La SFIC (Société Française d'Information et de Communication), organisme universitaire de chercheurs dont est membre l'artiste, pourrait engager un travail d'analyse sur le déroulement et les résultats de cette opération sans précédent.

REALISATION/DEROULEMENT

Le scénario décrit ci dessous ne constitue qu'un modèle à titre d'exemple. Après étude et inventaire des moyens disponibles, il pourra être modifié profondément. Complété par d'autres types d'action et des développements périphériques, les contenus s'adapteront et joueront avec l'actualité du moment.

Phase 1 : ETUDE

Constitution d'une équipe, d'un groupe de réflexion animé par Fred Forest. Etablissement du plan général de campagne, de sa durée, de sa chronologie, de ses méthodes. Création des slogans, des logos qui permettront l'identification de la campagne en lui conférant un style médiatique spécifique.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

Phase 2 : DEMARRAGE
Mailing adressé à des leaders d'opinions dans les domaines de la communication et de la culture. Publication des premières annonces et informations dont le caractère formel aussi bien que leur rédaction viseront à créer un effet de surprise sous le leitmotiv générique "j'ai décidé d'arrêter le temps". Simultanément, d'autres vecteurs de communication seront mis en oeuvre transversalement pour obtenir des effets d'amplification (Rumeurs, événements urbains significatifs, informations contradictoires...). Le public devra progressivement ressentir qu'un récit qui le concerne existentiellement lui est raconté sur un mode anachronique, par l'humour, le jeu de la transgression et sa complicité active.

Phase 3 : REVELATION
Dévoilement de l'artiste qui fait depuis deux mois passer des annonces dans la presse française et internationale : il a décidé d'arrêter le temps et il en a fixé le jour et l'heure précise. Devra alors commencer, sous des formes multiples et des rédactions diversifiées, l'explicitation de son discours sur le temps. Il devra en autres développer les interrogations suivantes : pourquoi un artiste a-t-il décidé d'arrêter le temps, pourquoi le faut-il urgemment, que va-t-il se passer, quelles sont les mesures à prendre en vue de l'échéance...Son argumentation se fondera sur une logique systématique de l'absurde. Le rythme des publications s'accéléra en fonction de la diminution de l'intervalle de temps à l'échéance. Sera alors crée en permanence le sentiment d'un compte à rebours qui rapprochera le moment fatidique : celui où le temps, pour le meilleur et non pour le pire, va s'arrêter.

Phase 4 : LA DATE BUTOIR
Elle aura été définie au jour, à la minute, à la seconde près (comme "j'ai décidé d'arrêter le temps le 15 mars 1994 à 20 heures, 14 minutes et 13 secondes). Après un compte à rebours de deux mois selon les techniques du teasing et de l'accélération en fonction d'un crescendo étudié, la date fixée, l'artiste sera présent dans le journal de 20 heures de TF1, France 2 ou Canal+. Le journal TV fera ce jour l'objet d'une véritable création électronique visuelle. Les cinq dernières minutes qui précéderont l'arrêt supposé du temps y seront consacrées (Ce document électronique fera l'objet d'un enregistrement sous la forme d'un clip original intitulé "j'arrête le temps"). Au moment précis de cette date, il se passera finalement quelque chose comme une hésitation du temps lui même...la pendule du studio accusera en fait un retard de trois secondes, le présentateur du journal télévisé la remettra à l'heure en invitant les téléspectateurs à en faire autant chez eux.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

(1)

Note de synthèse

"J'arrête le temps"

L'œuvre originale proposée par Fred Forest sous forme inédite d'une campagne de presse prend forme dans le corps même de l'actualité. Elle se déploie sur une durée de deux mois. Contrairement à la publicité cette campagne n'a pas pour objet de confirmer une image ou de vanter un produit. Elle vise à produire du symbolique à l'intérieur même de l'information quotidienne ambiante. C'est l'action d'un artiste qui choisit là une pratique singulière pour s'exprimer. Son but, sur un mode humoristique, distancié et complice, est de nous faire réfléchir d'une manière inattendue sur le rapport individuel et social que chacun d'entre-nous entretient, aujourd'hui, avec la notion de temps. Un temps qu'on ne maîtrise plus. Un temps dont on a le sentiment angoissé qu'il s'accélère toujours plus. Pour atteindre cet objectif Forest se propose de réaliser un véritable scénario dans le tissu de l'information à l'aide de messages spécifiques. Cette campagne a pour thème central et répétitif une affirmation gratuite et naïve selon laquelle il a décidé d'arrêter le temps, par exemple, le mardi 13 octobre 1993, à 20 heures, 7 minutes, 7 secondes... très précises. Cette création de type informationnel et de forme toute à fait inédite, comme pratique artistique, s'inscrit dans un espace médiatique temporel donné. Elle se déroule selon une "dramaturgie" narrative, réglée préalablement, qui intègre les événements de l'actualité, dans le cours de sa progression. Notre rapport à l'actualité s'en trouve relativisé, compte tenu du point de vue considéré et développé : celui de l'arrêt du temps !

Pour le public l'action s'appréhende, au jour le jour, comme un commentaire sur notre façon de percevoir, d'utiliser et de vivre le temps dans le monde contemporain.

Tout au long du compte à rebours engagé jusqu'à la date butoire annoncée, sont déclinés les multiples simulations de cet événement exceptionnel, et ses conséquences sur nos modes de vie. L'arrêt du temps envisagé ne s'apparente en rien à une perspective de catastrophe, de quelque nature que ce soit, mais au contraire à un événement positif à une pause providentielle, dont il faut savoir saisir l'opportunité pour retrouver notre équilibre.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

(2)

une mesure d'hygiène mentale et de salubrité publique – La marche du monde, comme nos petits destins personnels sont directement concernés

Qui d'autre qu'un artiste pouvait il mieux, aujourd'hui, prendre cette décision, si fantasque, soit elle, mais pourtant si nécessaire ?
Cette action conçue dans sa réalisation comme l'exécution d'une véritable partition dans le champ global de l'information, utilise des supports multimédia et d'une façon privilégiée la presse écrite – Orchestrée selon sa propre logique de création, elle met en œuvre ses propres règles visuelles, formelles, rythmiques, sémantiques, langagières ...
Le caractère spécifique de ses messages et éventuellement son logo permet son identification immédiat par le lecteur – Une identification qui ne laisse subsister aucune ambiguïté sur son statut fictionnel – Satisfaisant pleinement, en ce sens, aux règles déontologiques de la presse –
Une fois déclenchée l'action fait appel à la participation active des lecteurs – Ils sont invités, en ~~en~~ exprimant les raisons, à se déclarer, pour ou contre, l'arrêt du temps ! Des Instituts de sondage publient, tout au long de la campagne, les évolutions entre les partisans du oui, et les partisans du non – Un débat national s'instaure – Des personnalités diverses, et notamment politiques, sont pressées de s'exprimer et de prendre position –
Pour les supports de presse partenaires cette action constituera une véritable animation dans leurs colonnes – Un échange dialogique, interactif et fructueux, s'établit d'une façon privilégiée avec le lecteur – Dans un second temps, publications et exposition rendront compte des matériaux, divers, générés par l'action.

Cette expérience démontrera — que des responsables de presse sont capables de s'engager dans actions novatrices, susceptibles de favoriser l'émergence de nouveaux contenus, de nouvelles formes journalistiques – De contribuer à initier d'autres formes de relations avec le public – De favoriser, enfin, l'apparition d'une culture vivante, non élitaire, spécifique d'une société médiatisée, dans laquelle le nivellement ne se ferait pas toujours par le bas —

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

NOTE DE SYNTHESE

"J'arrête le temps".
L'oeuvre originale proposée par Fred Forest sous forme inédite d'une campagne de presse prend forme dans le corps même de l'actualité. Elle se déploie sur une durée de deux mois. Contrairement à la publicité, cette campagne n'a pas pour objet de conforter une image ou de vanter un produit. **Elle vise à produire du symbolique** à l'intérieur même de l'information quotidienne ambiante. C'est l'action d'un artiste qui choisit-là une pratique singulière pour s'exprimer. Son but, sur un mode humoristique, distancé et complice, est de nous faire réfléchir d'une manière innattendue sur le rapport individuel et social que chacun d'entre-nous entretien, aujourd'hui, avec la notion de temps. Un temps qu'on ne maîtrise plus, un temps dont en a le sentiment angoissé qu'il s'accélère toujours plus. Pour atteindre cet objectif Forest se propose de réaliser un véritable scénario dans le tissu de l'information à l'aide de messages spécifiques. Cette campagne a pour thème central et répétitif une affirmation, gratuite et naïve, selon laquelle il a décidé d'arrêter le temps, par exemple, le mardi 13 octobre 1993, à 20 heures, 7 minutes, 7 secondes... très précises. Cette création de type informationnel et de forme toute à fait inédite, comme pratique artistique, s'inscrit dans un espace médiatique temporel donné. Elle se déroule selon une "dramaturgie narrative, réglée préalablement, qui intègre les événements de l'actualité, dans le cours de sa progression. Notre rapport à l'actualité s'en trouve relativisé, compte tenu du point de vue considéré et développé : celui de l'arrêt du temps !

Pour le public l'action s'appréhende, au jour le jour, comme un commentaire sur notre façon de percevoir, d'utiliser et de vivre le temps dans le monde contemporain.

Tout au long du compte à rebours engagé, jusqu'à la date butoire annoncée, sont déclinés les multiples simulations de cet événement exceptionnel, et ses conséquences sur nos modes de vie. L'arrêt du temps envisagé ne s'apparente en rien à une perspective de catastrophe de quelque nature que ce soit, mais au contraire à un événement positif, une pause providentielle, dont il faut savoir saisir l'opportunité pour retrouver notre équilibre. Une mesure d'hygiène mentale et de salubrité publique. La marche du monde, comme nos petits destins personnels sont directement concernés.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

Qui d'autre qu'un artiste pouvait-il mieux, aujourd'hui, prendre cette décision, si fantasque soit-elle, mais pourtant si nécessaire ?
Cette action conçue dans sa réalisation comme l'exécution d'une véritable partition dans le champ global de l'information, utilise des supports multi-média et d'une façon privilégiée la presse écrite. Orchestrée selon sa propre logique de création, elle met en oeuvre ses propres règles visuelles, formelles, rythmiques, sémantiques, langagières...
Le caractère spécifique de ses messages et éventuellement son logo permet son identification immédiat par le lecteur. Une identification qui ne laisse subsister aucune ambiguité sur son statut fictionnel, satisfaisant pleinement, en ce sens, aux régles déontologiques de la presse.

Une **fois démarrée l'action fait appel à la participation active des lecteurs.** Ils sont invités, en expriimant les raisons, à se déclarer pour ou contre, l'arrêt du temps ! Des Instituts de sondage publient, tout au long de la campagne, les évolutions entre les partisans du oui, et les partisans du non. Un débat national s'instaure. Des personnalités diverses, et notamment politiques, sont pressés de s'exprimer et de prendre position.

Pour les supports de presse partenaires cette action constituera une véritable animation dans leurs colonnes. Un échange dialogique, interactif et fructueux, établit d'une façon privilégiée avec le lecteur. Dans un second temps, publications et exposition rendront compte des matériaux, divers, générés par l'action.

Cette expérience démontrera, que des responsables de presse sont capables de s'engager dans des actions novatrices, susceptibles de favoriser l'émergence de nouveaux contenus, de nouvelles formes journalistiques. De contribuer à initier d'autres formes de relations avec le public. De favoriser, enfin l'apparition d'une culture vivante, non élitaire, spécifique d'une société médiatisée, dans laquelle le nivellemement ne se ferait pas toujours par le bas.

Fred FOREST
TERRITOIRE DU M2
60540 ANSERVILLE FRANCE
Tél. : 44 08 43 05

(1)

Cher Daniel Patte.

Afin de faire avancer le projet et de préparer notre réunion de travail avec Louis Périlot, je vous adresse, comme convenu, le dossier global relatif à mon projet: "J'arrête le Temps".

Ci-dessous, comme vous l'avez demandé, je vous communique les indications concernant le rôle spécifique et déterminant de la T.V dans cette action. Les formes d'interventions peuvent être diversifiées, ciblées et appropriées, en fonction de la programmation de la chaîne, en concertation étroite avec vous, avant d'être définitivement arrêtées.

Comme hypothèse de travail: supposons que la durée de l'action, entre son lancement et son aboutissement, soit de trois semaines:

L'action se développe, simultanément, sous différentes formes:

I 1° Les clips-vidéo diffusées.

Un clips-vidéo est créé pour chacune des semaines, assurant, d'une semaine à l'autre, la progression de l'action. Le clips est une "création" de Fred Forest réalisé avec les services techniques de France 2. Ils relèvent, tous, du même univers plastique, sonore et rythmique. Leur "rituel", dans le temps, contribue à l'unité, la cohérence, la bonne perception et compréhension, de l'action.

Par exemple: thématique / message.

1ère semaine: "Un être humain est-il capable d'arrêter le temps?"

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

(2)

2ème semaine : "Un artiste prétend que oui, et il a décidé d'arrêter le temps : le dimanche 25 septembre à 20 heures, 12 minutes, 20 secondes ! "

3ème semaine " Fred Forest a donc décidé d'arrêter le temps, au moins pour 24 heures, afin que nous nous donnions un temps de respiration et de réflexion, avant d'entrer dans le troisième millénaire. Cet événement se fera en direct dans notre J.T de 20 heures le 25 septembre.
A votre avis, sur quoi devons-nous réfléchir ? Quelles sont vos propositions et vos décisions pour le troisième millénaire ? (Participation interactive mise en oeuvre par le minitel -)

- Le temps fort de l'action à la T.V :

c'est bien entendu le journal attendu, où l'événement va être vécu en direct par les téléspectateurs...
Le journal de "France 2" devient ce jour-là, (et c'est une grande première mondiale en matière de TV !) une création, une "oeuvre" électronique, pour la partie relative à l'action.

Scénario éventuel de cette séquence du projet :

- L'artiste est l'invité du journal.

Présentateur : Cela fait trois semaines que vous prétendez que vous allez "arrêter le temps"... cet événement va se produire, ici, dans trois minutes.

- Le compte à rebours s'effectue avec un clips original (visuel électronique) jusqu'au moment prévu.

- Au moment prévu : à nouveau le plateau à l'image. Gros plan sur la pendule - Léger tremblement - Le temps a semblé comme hésiter, et il est reparti - Le présentateur se lève remet la pendule à l'heure -

(3)

- Un artiste ne peut pas arrêter le temps ! Preuve en est faite. Pas un artiste peut faire réfléchir, créer du plaisir, proposer une dimension ludique -

- Le sens de cette action, son déroulement, sa finalité, le rôle des artistes dans la société médiatique au cours de l'interview qui suit.

II Simultanément à la diffusion des clips dans la progression des trois semaines successives :

- Présence de l'artiste et de l'action dans différentes émissions sur France 2 et France 3, dans lesquelles le propos thématique de l'action est développé, avec mise en œuvre de la dimension ludique et interactive des publics.

Par exemple :

- "Marche du siècle" : avec sur le plateau un sociologue, un physicien, un philosophe, un politique, un futurologue, un horloger, une mère de famille — thème le "temps" — et notre rapport au temps.

-

- Toutes autres émissions appropriées — même dans les variétés !

III Il faut tenir compte, enfin, que l'ensemble de l'opération s'effectue en synchronie avec des partenaires de la presse écrite, éventuellement de la radio — (un quotidien national, trois quotidiens de province, un News-magazine ... un institut de sondage).

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 20

(4)

C'est "France 2" qui apparaît comme l'initiateur et le pilote de l'opération.

Et de ce fait cette chaîne réalise une plus-value "culturelle" à l'occasion de cette opération faite avec un artiste contemporain —

En créant l'événement, en faisant de la télévision "intelligente", grand public, en traitant d'une façon ludique et participative des problèmes de notre temps.

Mettant à œuvre une opération inédite et originale, en matière de medium télévisuel.

Enfin, aussi bien le Centre Georges Pompidou que la Fondation Cartier sont prêts à s'associer au projet —

Voilà la trame du projet —

Nous avons là, à mettre en place, une expérience passionnante et inédite.

Je suis heureux que vous puissiez être mon interlocuteur dans cette opération —

Il faudra vaincre des résistances —

Mais nous pourrons faire avancer la T.V.

Nous le ferons —

Très cordialement à vous. Fred Forest

Le trou du monde	1997
Dossier décrivant un projet envisagé pour la ville de Naples (Italie), en collaboration avec l'architecte Pica Ciamarra. Sources : Archives personnelles de l'artiste	

1997 Le trou du monde

Document tapuscrit, lettre de Fred Forest à Pica Ciamarra Associati (Naples) au sujet de l'intégration du projet *Le trou du monde* au sein de la « Cité des Sciences » de Naples, datée du 04 décembre 1997.

Sources : Archives personnelles de l'artiste

Fred FOREST
ARTISTE, PROFESSEUR DES UNIVERSITÉS
UNIVERSITÉ DE NICE SOPHIA - ANTIPOLIS
11 rue Paul Doumer
93100 MONTREUIL-sous-Bois
Tél.: (33) 1 48 18 19 51 Fax: (33) 1 42 87 97 08
E-mail: forest@unice.fr

Jeudi 4 septembre 97

Destinataire: Pica Ciamarra Associati
80123 Napoli
Posillipo 176

Cher ami,

J'ai été très heureux de recevoir de tes nouvelles et d'apprendre que tu étais maître d'oeuvre pour le projet de la Cité des Sciences de Naples pour lequel tu te proposais d'intégrer mon projet le « trou du monde » Je m'empresse donc de t'adresser les documents çi-joints que tu m'as demandé. Je te demande de bien vouloir m'informer plus amplement sur ce projet, et s'il est en phase de réalisation de bien vouloir finaliser entre-nous un accord sous forme d'un contrat qui définira les conditions morales et matérielles de ma participation.

C'est avec un très grand plaisir que je te rencontrerai soit à Naples soit à Paris lors de l'un de tes prochains séjours. Je suis actuellement professeur des université et titulaire de la Chaire des Sciences de l'Information et de la communication de l'université de Nice Sophia Antipolis. Je réalise un séminaire public dans le Musée d'Art moderne et d'Art contemporain de cette ville qui est très suivi . Tu pourrais éventuellemnt y intervenir pour présenter le projet, si tu juges cela interessant pour toi? Pour ce faire il faudrait que nous nous trouvions un budget pour assurer tes frais de déplacement...Cela pourrait se faire autour du théme de l'architecture et la communication moderne par exemple...
Quoiqu'il en soit j'espère te revoir prochainement.
Très cordialement à toi et ton équipe.

Fred Forest

Amitiés —

Fred Forest

Sources : Archives personnelles de l'artiste

Le « trou du monde ». par Fred Forest.

-Dispositif du trou.

Autour d'un orifice de forme quasi-circulaire, un garde-fou permettant de se pencher sur ses profondeurs. Une dizaine à une vingtaine de métres plus bas la surface totale de l'excavation est obturée par un écran . Cet écran reçoit par transparence en rétroprojection, sous forme de vidéo-transmission, une image en temps réel. Cette image est l'image du ciel capté aux antipodes par une caméra orientée vers le ciel sous un angle de 90°. Le « trou du monde » peut être répété et décliné, éventuellement, sur plusieurs sites de la Cité des Sciences.

-Propos.

Ce projet, simplissime en lui-même, répond à l'intention de créer dans le corps d'un projet plus global comme celui de la Cité des Sciences de Naples un point de focalisation symbolique privilégié. Une aire de concentration particulière, dont la finalité dernière est à la fois d'ordre, artistique, métaphysique, pédagogique, communicationnelle et architecturale. Architecturale dans la mesure où la notion même de vide et de trou renvoi à une architecture « inversée » qui donne à voir ce qui est de l'ordre de « l'entoure » dans la posture d'une vision à la fois périphérique et panoramique. Certes périphérique et panoramique: mais dont l'angle de perception reste, prioritairement et toujours, la profondeur. La profondeur comme un « matière » à traverser. Une matière à traverser pour avoir accès, ultime récompense, au bout du voyage mental (initiatique) à une réalité cathodique qui reproduit pour nos yeux le ciel qui généralement... et au-dessus de nos têtes. Au-dessus de nos têtes pour nous, pauvres humains, qui avons neuf fois sur dix les pieds sur terre!

-Un projet artistique.

Un projet artistique car son propos consiste, précisément, à placer le spectateur dans une situation paradoxale qui rend à la fois « visible l'invisible » et restitue à nos consciences une « épaisseur » de la terre que nos perceptions directes sont bien incapables de nous offrir en temps normal. Le propos de l'art étant toujours, avant toute chose, de nous donner à voir avec un oeil neuf des objets qui deviennent « autre » parceque la façon de les donner à voir est devenu « autre ». Il serait insuffisant, par exemple, de considérer et d'affirmer que de regarder par un trou de serrure relève du seul voyeurisme. La délimitation dessinée du champ de vision offert au regard dans cette expérience donne ainsi, de toute évidence, à la scéne contemplée: un relief, une acuité, une intensité très particulière. Les formes sont comme redécoupées, les couleurs comme ravivées. Contrairement aux idées recues les trous ne sont pas forcément ronds. Pas plus que les toits des maisons ne sont rouges. Les trous peuvent même êtres carrés ou rectangulaires...Les encadrements des tableaux

sont en quelque sorte des trous domestiqués qui, comme des entonnoirs, ont pour fonction de « ramasser » la vision de notre oeil sur l'essentiel désigné. C'est pourquoi les trous, qu'ils soient de serrure ou de toutes autres espèces, restent indispensables pour découvrir, redécouvrir et sentir le monde. **Les trous sont des portes pour notre imaginaire.** Et les artistes sont là pour les creuser comme autant de puits destinés à alimenter nos besoins et étancher notre soif. Lucio Fontana faisait les trous en longues déchirures sur ses toiles, Michael Heizer en les creusant avec des pelleteuses et d'énormes engins dans les déserts...C'est pourquoi le « trou du monde » que **Pico Ciamarra** m'a confié de faire à Naples sera aussi, avant tout, une « oeuvre » artistique. Une oeuvre destinée à mettre en rapport communicationnel les forces telluriques du centre de la terre, le feu du Vésuve, l'eau de la Méditerranée... avec le ciel des antipodes.

-Un projet métaphysique.

Avoir l'intention de percer de part en part le globe terrestre relève soit d'une présomption toute naïve, soit d'une foi inébranlable des possibilités de l'esprit sur la matière. Et comme je suis nanti de cette foi le « trou du monde » sera, sans aucun doute possible, pratiqué par forage électonique et cathodique au coeur même du sol de Naples, pour aller rejoindre... l'autre bout du monde. Les hommes et les femmes de cette ville, et aussi les touristes de passage en visite, n'auront plus en visitant la Cité des Sciences qu'à venir se pencher sur les bords du trou en question. Ce n'est par leur image qui leur sera renvoyée mais un coin de ciel à des milliers de kilométres de là. Et canalisée par ce long tunnel (le plus long du monde, géographiquement parlé...) leur vision, comme une flêche aiguisée, traversera le ciel de l'autre côté, pour s'ancrer dans la ouate floconneuse du Paradis. Alors leur sera renvoyées toutes ces questions qui n'ont jamais de réponses: sur la vie, sur la mort, sur le sens de l'existence. Plus ils se pencheront sur le trou, plus ils constateront que les trous n'ont pas forcément de fond et que l'utilité de tels trous c'est de nous faire savoir qu'il est des questions qui n'ont jamais de réponses...Si l'on jette un cailloux au fond du ciel ce n'est pas comme dans un puits où la pierre en mouvement résonne sur la paroi, et il n'y aura jamais d'ondes lors de son impacte terminal. Ce qui fera comprendre, à ceux qui ont encore une ombre de sagesse, que les mystéres du monde sont insondables, mêmes avec des trous à sa disposition, et que si il y a des réponses à nos questions, elles sont à trouver en chacun de nous. Finalement Dieu lui-même n'est peut-être qu'un trou, c'est pourquoi on ne le voit jamais, pas plus à Rome qu'à Naples. Mais avec le « trou du monde » désormais, si c'est le cas, Dieu sera partout et encore un peu plus à Naples grâce à notre modeste contribution à la Cité des Sciences de cette ville.

Sources : Archives personnelles de l'artiste

-Un projet pédagogique.

Une Cité des Sciences est avant tout un lieu de savoir et un lieu de connaissance. C'est par excellence une bibliothéque vivante où tout ce que les hommes ont fait, on observé ont compris, depuis des milliers et des milliers d'année, est livré là, à disposition du public. Afin que ce public le découvre, s'en pénétre et s'en émerveille ! Aspiré par le « trou du monde » les visiteurs s'agglutineront autour de lui pour une magistrale leçon de chose. En regardant le ciel au fond du trou il sera bien sûr question de météorologie, d'astronomie, de géologie, du spectre des couleurs, des lois de la gravité, de celle des fluides et des gaz... et de bien d'autres choses aussi. On fera tomber une pomme dans le trou (une pomme de Cezanne de préfèrence car notre projet est avant tout un projet artistique...). Pendant que la pomme tombera on évoquera dans le désordre: Newton, Archiméde, Marconi et Cie. Einstein, quand la pomme dans sa chute aux antipodes, de l'autre côté du trou, amorcera dans sa trajectoire la courbure de l'univers. On convoquera les mathématiciens, les arithméticiens, les algébristes, les kabbalistes...(car notre projet est aussi métaphysique...) et d'éminents géologues, pour compter, une à une, les strates sur les parois du trou jusqu'au moment où l'on débouche à l'air libre aux antipodes.

-Un projet communicationnel.

Un projet communicationnel, en effet, puisque depuis la nuit des temps les hommes pour échanger ce sont réunis autour du puits. Assis sur la margelle ils ont commenté les nouvelles du jour et de l'année (à l'époque le temps allaint moins vite que maintenant: le temps réel n'avait pas encore été inventé, et Virilio pouvait dormir tranquille sur ses deux oreilles...) Et un puits est en quelque sorte: un vrai trou qui seulement n'a pas été terminé... Un trou qui n'a pas été jusqu'au bout: jusqu'au moment ou il sort de l'autre côté! A cet endroit où les hommes leur chapeau, vissé sur la tête, sont à l'envers, les pieds collés sur la terre, depuis que Galilée a décrété que la terre était ronde, ce qui est devenu peu à peu, par la suite, une vérité scientifique. Le « trou du monde » a été conçu pour réunir tous les hommes du monde qui se donneront la main en dansant autour de lui. Comme dans les aéroports il deviendra le lieu de rendez-vous pour tous ceux qui ont quelque chose à donner et à recevoir des autres.

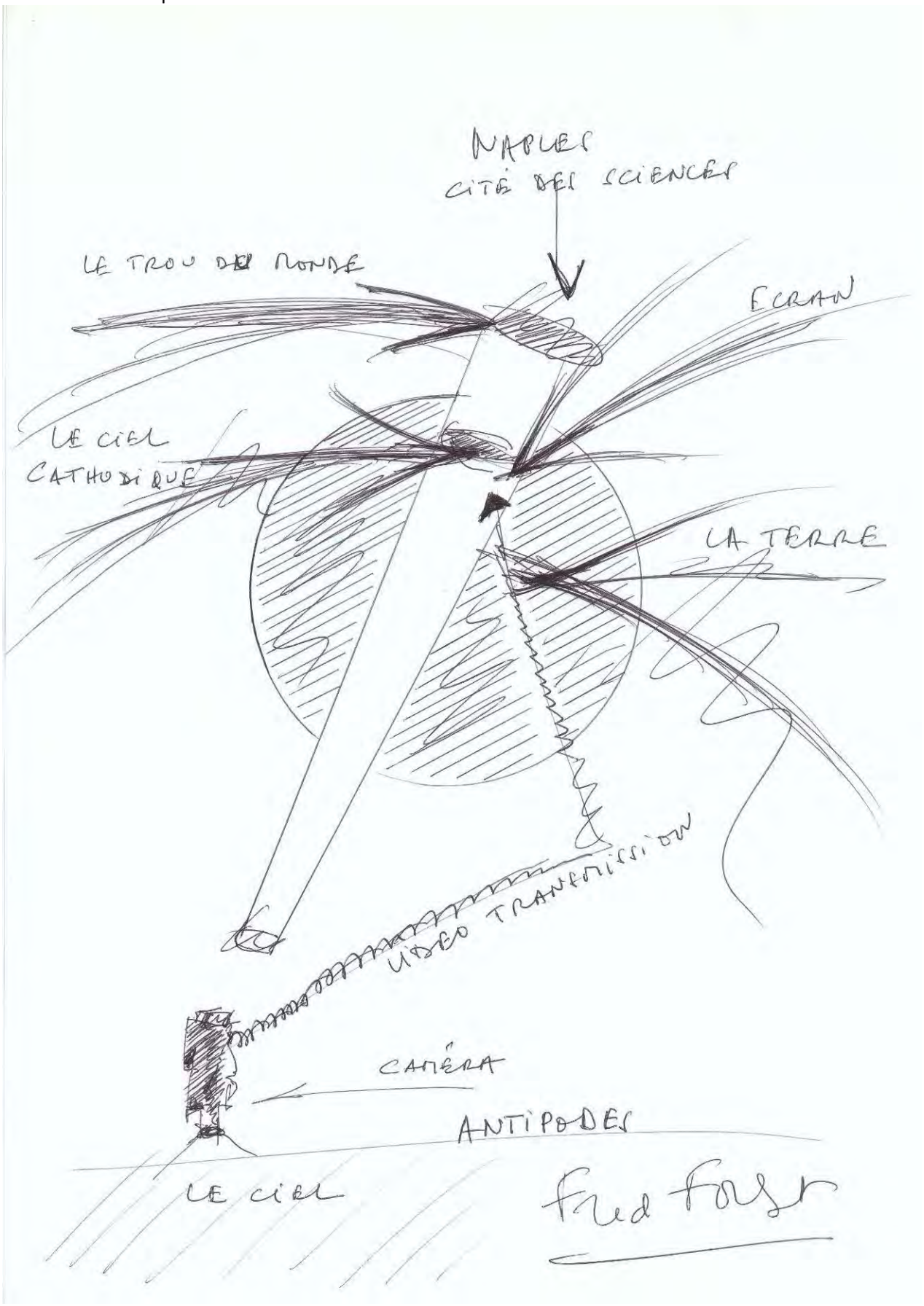
Sources : Archives personnelles de l'artiste

-Un projet architectural.

C'est bien là la seule chose qui n'est pas à démontrer et à argumenter pour une majorité de lecteurs qui sont précisément des habitués du fait...architectural. Sans vide le plein n'existerait pas et sans trou rien ne pourrait s'inscrire et se construire, ni au-dessus, ni au-dessous, et encore moins tout autour. La Cité des Sciences de Naples ne serait pas une vraie Cité des Sciences sans lui. C'est à dire sans le « trou du monde ».

1997 Le trou du monde
Document manuscrit, schéma du dispositif

Sources : Archives personnelles de l'artiste



La machine à travailler le temps	1998
Documents présentant un projet imaginé pour se dérouler au Parc Capodimonte, Naples (Italie) Version réalisée : 1998-1999 *La machine à travailler le temps* Centre Culturel Landowski, Boulogne-Billancourt (France) Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23	

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

1

PROJET NAPLES / PARC CAPODIMONTE

FRED FOREST

Titre générique : La machine à « travailler » le temps

Avertissement/préliminaire : Ce projet, proposé comme schéma directeur global de notre action, est susceptible de devoir s'adapter à tous les aménagements rendus nécessaires pour sa faisabilité technique.

Contenus :

Le projet a pour objet d'initier une réflexion sur notre rapport au temps. Pour ce faire une machine à « travailler » le temps est proposée au public, qui à partir d'un clavier d'ordinateur peut agir d'une façon significative sur un cadran horaire installé sur un site web. Soit en « accélérant » le temps, soit en le « ralentissant », en agissant informatiquement sur les aiguilles du dit cadran visualisé.
C'est la somme des interactions des connexions en temps réel, calculée par l'ordinateur programmé pour ce dispositif qui détermine le résultat final, obtenu également en temps réel sur les écrans. Ce résultat est mis en rapport visuel avec l'heure en vigueur à Naples . La participation des publics est fondée sur un élément ludique de compétition entre ceux qui veulent « accélerer » le temps et ceux au contraire désirent le « ralentir ».
L'installation et l'événement programmés mettent en oeuvre des moyens techniques, informatiques, mécaniques, visuels, sonores, esthétiques , informationnels et mediatiques, dans un espace physique situé dans les bâtiments historiques des Bourbons du parc Capodimonte de Naples et dans le Cyberspace avec utilisation du réseau Internet sous une forme interactive.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

2

Forme :

1- Une installation dans un lieu physique dans l'emplacement qui m'a été dévolu.

Le lieu sera équipé du mobilier actuellement en place.
-une vieille horloge accrochée au mur.
-une table
-plusieurs rangées de sièges alignés
-un panneau frontal de couleur blanche, mate, uniforme, dans lequel seront intégrés et alignés sur deux rangées superposées 24 cadrans horaires, en fonctionnement, représentant l'heure en temps réel dans les 24 fuseaux horaires autour du globe
Ces cadrans sont simples, ronds, blancs, avec une aiguille mobile indiquant les secondes.
-sur la table un téléviseur grand écran
-sur le devant de l'installation ,de part et d'autre de la nef, 2 postes-ordinateur de consultation permettant au public de se connecter sur l'installation via Internet.
-sous réserve de faisabilité, toujours sur le devant de la nef, sur un socle la « machine à travailler le temps » sorte d'objet physique hybride à créer, qui a un fonctionnement(lumineux,sonore,mécanique) en relation directe avec l'horloge informatique que nous avons crée et visualisée sur notre site Web.
-une caméra en circuit fermé reprend un des cadrans horaires (celui dans lequel se trouve le fuseau horaire de Naples), pour distribuer cette image sur 12 téléviseurs montés en série. (→ ou de préférence un mur écran)

2-Un site web

Ce site est destiné à comprendre une cinquantaine de pages html qui indiqueront les procédures pour utiliser la machine à « travailler le temps » , des textes et des images qui participent à cette réflexion-action sur le temps, les systémes visualisés de la machine à « travailler » le temps à distance par l'internet pour que les effets s'en fassent ressentir à Naples dans le fuseau horaire concerné.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

Moyens nécessaires à la mise en oeuvre du projet

1- Les techniques et les accessoires, sus-mentionnés, dans la partie relative à l'installation dans les lieux physiques, tels qu'ils sont décrits.

2-Une étude avec un igénieur et développeur en informatique pour mettre au point le systéme adéquat, à savoir : comment faire en sorte que sur un site internet la préréquation des connexions faites en temps réel se traduisent, sur une horloge visualisée sur une page, par un ralentissement ou une accéleration des aiguilles (systéme spatial et non digital). Les « retards « et les « avances » étant cumulés d'une façon continue, de l'ouverture à la fermeture de l'exposition, sans que jamais aucune remise à l'heure ne soit effectuée.
3- La réalisation du programme informatique gérant le dispositif et son installation sur le serveur (programme +logiciels nécessaires), éventuellement sa connexion informatique avec la machine « physique » évoquée plus haut, sur socle, qui elle même demande l'intervention d'ingénieurs et de techniciens.

4-La réalisation d'un site web d'une cinquantaine de pages (nécessitant graphistes, web-designer, confection de pages html, installation sur le serveur, hébergement, statistiques.

5-La réalisation d'une campagne de communication spécifique et propre à cette action, utilisant le mailing postal, le mailing électronique, et l'achat d'espaces notamment dans la revue américaine « Wired » avec toutes les implications financières et de réalisation que demandent ces achats. Cette campagne donnera de Naples une image planétaire liée à la modernité et un taux de participation à notre action record. L'artiste travaille en relation directe avec les personnes chargée de cette communication, ce travail étant partie intégrante de sa pratique et de son oeuvre.

6-La RAI peut être associée à notre action ponctuellement pour une émission donnée ou les téléspectateurs italiens seraient invités à agir eux-mêmes sur le système visualisé sur leurs écrans de TV , en agissant simultanément à partir de leur ordinateur personnel. Cette émission de caractère ludique aurait par ailleurs l'intéret d'intégrer le réseau internet et la TV italienne dans un dispositif hybride qui préfigure les usages du futur des systèmes de communication et serait présentée comme tel, à ce titre, comme une expérimentation prospective.

1998 La machine à travailler le temps
Document manuscrit « Site web *Machine à travailler le temps* français/anglais », schéma de navigation du site, page 01/02

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23

SITE WEB
"MACHINE A TRAVAILLER LE TEMPS"
FRANÇAIS - ANGLAIS - (UNE vingtaine de pages)

HOME-PAGE : LE TEMPS SE DÉROULE TROP VITE POUR VOUS...
LE TEMPS SE DÉROULE AU CONTRAIRE POUR VOUS TROP LENTEMENT...
VOUS POUVEZ DÉSORMAIS AGIR SUR LUI !

TRAVAILLEURS DU TEMPS DU MONDE ENTIER UNISSEZ-VOUS ! UNISSEZ-VOUS POUR LUTTER CONTRE LA TYRANNIE DU TEMPS

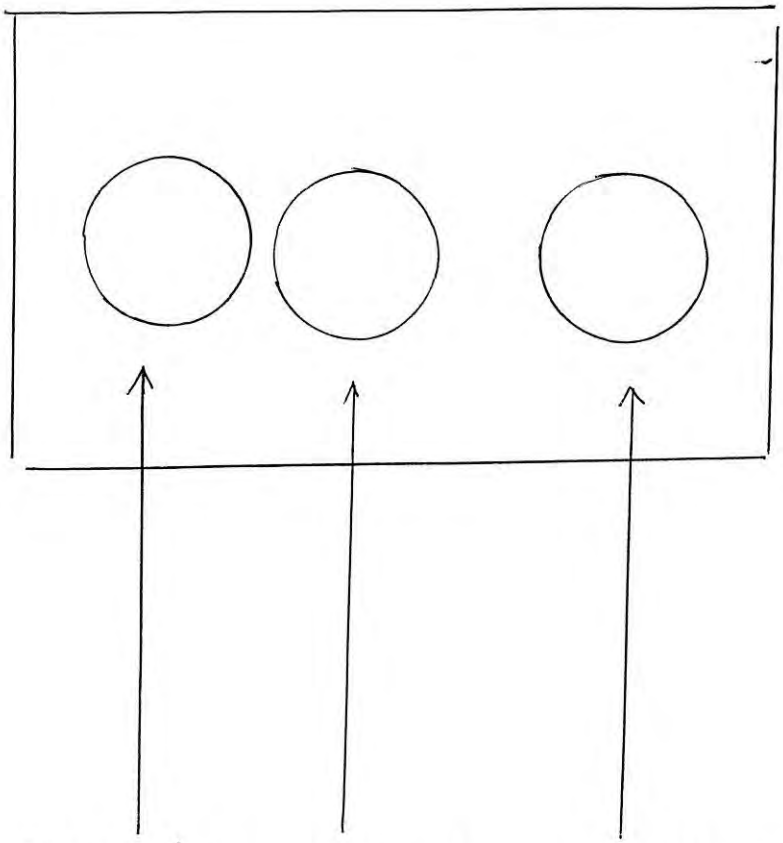
0 —— MODE D'EMPLOI

0 —— CONSIDÉRATIONS SUR NOTRE RAPPORT AU TEMPS

0 —— BULLETIN REPONSE

1998 La machine à travailler le temps
Document manuscrit « Site web *Machine à travailler le temps* français/anglais », schéma de navigation du site, page 02/02

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 23



HEURE RÉELLE
FUSEAU HORAIRE
NAPLES

HEURE AVEC
RETARDS
ET AVANCES
CUMULÉS

CADRAN HORAIRE
DE CONTRÔLE
MANIFESTANT UNE
RÉACTION (SONORE + VISUELLE)
A CHAQUE CLICK -
(SON GRAVE POUR UN RETARD,
SON AIGUE POUR UNE AVANCE

LES TROIS CADRANS DOIVENT FIGURER LE DÉPLACEMENT DES SECONDES

Sculpture aquatique animée	1999
Document présentant un projet envisagé pour la ville de Choisy-Le-Roi (France) reposant sur un partenariat avec l'entreprise *Vivendi*. Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23	

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

PROJET FRED FOREST

Ville de Choisy-le-Roi

La ville de Choisy-le-Roi, à travers son Service Municipal d'Arts Plastiques, a décidé de faire appel à l'artiste Fred Forest, pionnier dans le domaine des arts technologiques et de réseau, pour créer un événement culturel et artisitque de tout premier plan, dont la portée se veut à la fois locale, nationale, européenne et internationale.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

Sans rentrer dans le détail du projet proposé par l'artiste, projet qui reste modulable et fonction des moyens qui lui seront au final consacrés, l'on peut déjà divulguer qu'il s'agira d'une installation physique spectaculaire dont le fonctionnement (sculpture animée) sera assuré en interaction, par les internautes du monde entier. Dans cette installation, c'est bien entendu l'eau de la seine qui sera mise en scène (mise en seine...) et constituera l'acteur principal du dispositif, à la fois sur Internet (un site spécifique sera crée à cette occasion...) en même temps que dans le lieu physique, où sera décidé en concertation l'implantation de cette oeuvre, sa visibilité et la durée de sa présence.

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

Fred Forest a déjà traité du théme de l'eau par des oeuvres qui ont été réalisées et présentées au Museée des Sciences et de l'Industrie de la Villette, au Goethe Institut de Paris, au Musée Ludwig de Cologne, à la Galerie Françoise Friedrich de cette même ville, aux Indes à New-Delhi, à Salerno en Italie, à la Fondation Armando Verdiglione à Sénago en Italie et enfin à Turin à l'occasion de l'exposition Arts/Sciences/Technologie organisée par l'Exploratorium de San-Francisco à la Mole Antonelliana.

Compte tenu de l'ambition de son projet, Fred Forest a suggéré que celui-ci soit associé à l'image d'un grand groupe français.Le nom de Vivendi est immédiatement venu à l' esprit, d'une part par la nature même du projet construit autour de la symbolique de l'eau, d'autre part par la localisation géographique à Choisy-le-Roi de son usine de retraitement. En l'occurence, et en toute pertinence, nous avons pensé que Vivendi pourrait savérer un partenaire privilégié dans cette opération.

Le montage de l'opération s'effectue de la façon suivante :
Selon les dimensions de l'installation physique, qui peut aller, au plus modeste, d'une série de robinets domestiques mis en scéne... à une roue à godets aux dimensions d'une grande roue de foire, comme celle que on peut voir fonctionner dans les jardins des Tuileries, le budget de réalisation, bien entendu, peut varier du simple au quintuple.

Le budget minimum de base comprend :

- L'étude technique de faisabilité
-La réalisation d'une installation domestique (10 robinets minimum mis en scéne)
- Le développement informatique
- La création d'un site Internet d'une dizaines de pages, bilingue.
- Les honoraires de l'artiste
- La communication inhérente au lancement, notamment pour la participation active des internautes.

<u>Evaluation du coût du projet de base, un montant de 50.000 frs HT environ</u>

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

La ville de Choisy-le-Roi, initiatrice du projet, assure sa coordination de bout en bout, et y contribue par un budget affecté à une pré-étude, d'un montant de 20.000 frs HT

L'impact mediatique du projet est garanti par l'originalité de la proposition, par son caractére interactif planétaire, utilisant Internet, par la notoriété internationale de l'artiste dans ce domaine spécifique des nouvelles formes de création liées aux technologies de communication. De plus, par sa nature même, il se trouve en adéquation étroite avec les différents champs d'activités de Vivendi

1999 Sculpture aquatique animée
Document faisant état d'un fax envoyé par le service municipal d'arts plastiques de Choisy-le-Roi à Fred Forest, daté du 10 novembre 1999, page 01/04

Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

Fax reçu de :

10/11/99 16:21 Pg: 1

1

SERVICE MUNICIPAL D'ARTS PLASTIQUES
"La Menuiserie" 44, rue du Dr Roux 94600 CHOISY LE ROI
Tél 01 46 80 54 87
Fax 01 46 81 96 45

Télécopie : 01 45 86 26 64 Nombre de pages (y compris celle-ci) 4

Destinataire: Fred Forest

Expéditeur : Marianne Montchougny

Date : 10 nov. 99.

Objet :

Fred.

Voici donc ton texte + qq ajouts ou modifications suggérés. Peux-tu me communiquer les références de l'ouvrage présentant ton travail sous forme de fiches, afin que nous entreprenions cet achat en qq exemplaires.

A suivre avec tes remarques –
Je cherche à joindre la responsable du Service Comm. de Vivendi.

Reçois nos
Salutations amicales –

M M.

1999 Sculpture aquatique animée
Document faisant état d'un fax envoyé par le service municipal d'arts plastiques de Choisy-le-Roi à Fred Forest, daté du 10 novembre 1999, page 02/04. Texte de présentation du projet, écrit par Fred Forest et joint au fax après corrections.
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

2

VILLE DE CHOISY LE ROI

PROJET FRED FOREST

La ville de Choisy-Le-Roi, à travers son Service Municipal d'Arts Plastiques, a décidé de faire appel à l'artiste Fred Forest, pionnier dans le domaine des arts technologiques et de réseau, pour créer un événement culturel et artistique de tout premier plan, dont la portée se veut à la fois locale, nationale, européenne et internationale.

Cette création destinée à apparaître sur le site internet IAPIF *, manifeste la volonté de cette association de promouvoir l'art sur internet et de s'ouvrir à cette forme de création virtuelle.

C'est particulièrement pour le Service Municipal d'Arts Plastiques de Choisy-Le-Roi, la préférence pour un artiste qui développe depuis longtemps une œuvre de communication interactive, basée sur un fondement théorique cohérent, intégrant des données d'ordre sociologique et utilisant un mode ludique, voire poétique.

L'événement de Fred Forest prendrait place dans le cadre des différentes manifestations appelées à marquer l'an 2000 et tout naturellement, au mois de juin lors des fêtes de la ville.

Compte tenu de l'ambition de son projet, Fred Forest a suggéré que celui-ci soit associé à l'image d'un grand groupe français. Le nom de Vivendi est immédiatement venu à l'esprit, d'une part par la nature même du projet construit autour de la symbolique de l'eau et de la communication, d'autre part à cause de la présence, à Choisy-Le-Roi, de son usine de retraitement des eaux, la plus importante au niveau européen. En l'occurrence, et en toute pertinence, nous avons pensé que Vivendi pourrait s'avérer un partenaire privilégié et exclusif dans cette opération.

* Information Arts Plastiques Ile de France, Association regroupant des Centres d'Arts Plastiques en Région Parisienne –

1999 Sculpture aquatique animée
Document faisant état d'un fax envoyé par le service municipal d'arts plastiques de Choisy-le-Roi à Fred Forest, daté du 10 novembre 1999, page 03/04. Texte de présentation du projet, écrit par Fred Forest et joint au fax après corrections.
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

3

Sans entrer dans le détail du projet proposé par l'artiste, projet qui reste modulable et fonction des moyens qui lui seront finalement octroyés, on peut d'ores et déjà savoir qu'il s'agira d'une installation artistique spectaculaire dont le fonctionnement (sculpture animée) sera assuré en interaction, par les internautes du monde entier. Dans cette installation, c'est bien entendu l'eau de la Seine qui sera mise en scène (mise en Seine...) et qui constituera l'acteur principal du dispositif, à la fois sur Internet (un site spécifique sera créé à cette occasion...) en même temps que dans deux lieux physiques. Le premier, le hall d'entrée de notre Hôtel de Ville, le second éminemment symbolique sera décidé, en concertation avec vous et l'artiste.

Ce second lieu pouvant être un désert d'Afrique (pour souligner la dimension humanitaire de l'événement – la valeur de l'eau) ou une grande métropole au USA, en Chine, en Inde etc...

Fred Forest a déjà traité du thème de l'eau dans des œuvres antérieures qui ont été réalisées et présentées au Musée des Sciences et de l'Industrie de la Villette à Paris, au Goethe Institut de Paris, au Musée Ludwig de Cologne, à la Galerie Françoise Friedrich de cette même ville, aux Indes à New Delhi, à Salermo en Italie, à la Fondation Armando Verdiglione à Senago en Italie et enfin à Turin, à l'occasion de l'exposition Arts/Sciences/Technologie, organisée par l'Exploratorium de San Francisco à la Mole Antonelliana. *

Le montage financier et juridico-administratif de l'opération s'effectuerait de la façon suivante :
Selon les dimensions de l'installation physique (implantation dans la ville de Choisy, dans l'Hôtel de Ville ou le parc de la mairie) qui peut aller, du plus modeste, une série de robinets domestiques mis en scène... à une roue géante à godets aux dimensions d'une grande roue de foire, comme celle qu'on peut voir fonctionner dans les jardins des Tuileries, le budget de réalisation, bien entendu, peut varier du simple au centuple... Il suffira d'en déterminer les limites ou l'ampleur avec vous.
Quoi qu'il en soit, le budget minimum de base comprend :
- l'étude technique préalable de faisabilité
- la réalisation d'une installation « domestique » (10 robinets + le design mis en scène dans le hall de l'Hôtel de Ville)
- le développement informatique
- la création d'un site Internet d'une vingtaine de pages, bilingues
- les honoraires de l'artiste
- le budget de communication spécifique inhérent à l'opération et (ou pas...)

*CF livre consacré aux réalisations de F. Forest ;

1999 Sculpture aquatique animée
Document faisant état d'un fax envoyé par le service municipal d'arts plastiques de Choisy-le-Roi à Fred Forest, daté du 10 novembre 1999, page 04/04. Texte de présentation du projet, écrit par Fred Forest et joint au fax après corrections.
Sources : Archives INA – Fonds Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA23

4 animée

- la réalisation d'une « sculpture » monumentale et aniée quelque part en Afrique... ou ailleurs.

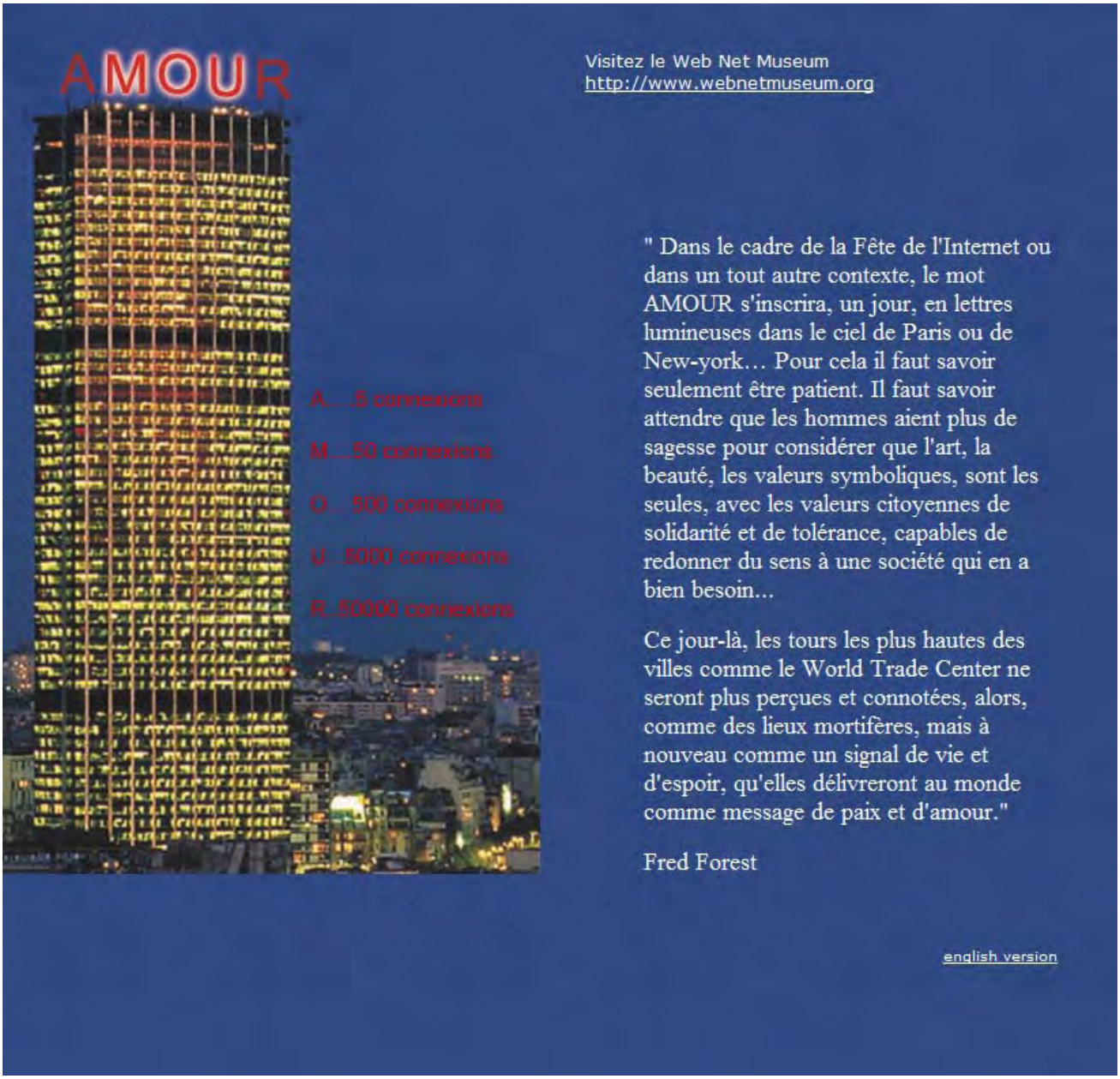
Approximation du prix de revient du projet, un montant minimum de 3 000 000Francs HT, ou plus... pour sa dimension maxi, 700 000 pour sa version mini.
La version mini se limitant à la réalisation d'une sculpture animée dans le seul cadre de l'Hôtel de Ville de Choisy. Bien entendu, le rendement médiatique attendu variera, là, encore, du simple au centuple.
Les chiffres avancés n'ont ici qu'une valeur indicative, toute relative, tant que le projet n'a pas été défini.
La ville de Choisy Le Roi, initiatrice du projet, assure le secrétariat, la coordination, la gestion des fonds et la préparation de la réalisation, avec une équipe de trois personnes, sous la direction de l'artiste et de Marianne Montchougny.

L'impact médiatique du projet est garanti par l'originalité de la proposition, par son caractère interactif, ludique, planétaire, utilisant Internet et les technologies de communication, par la notoriété internationale de l'artiste dans ce domaine représentatif des nouvelles formes de création liées aux technologies de notre modernité. De plus, par sa nature même, le projet proposé se trouve en adéquation parfaite avec les différents champs d'activités de Vivendi, notamment ceux des eaux et de la communication... qui se recoupent et se rejoignent à travers cette action.

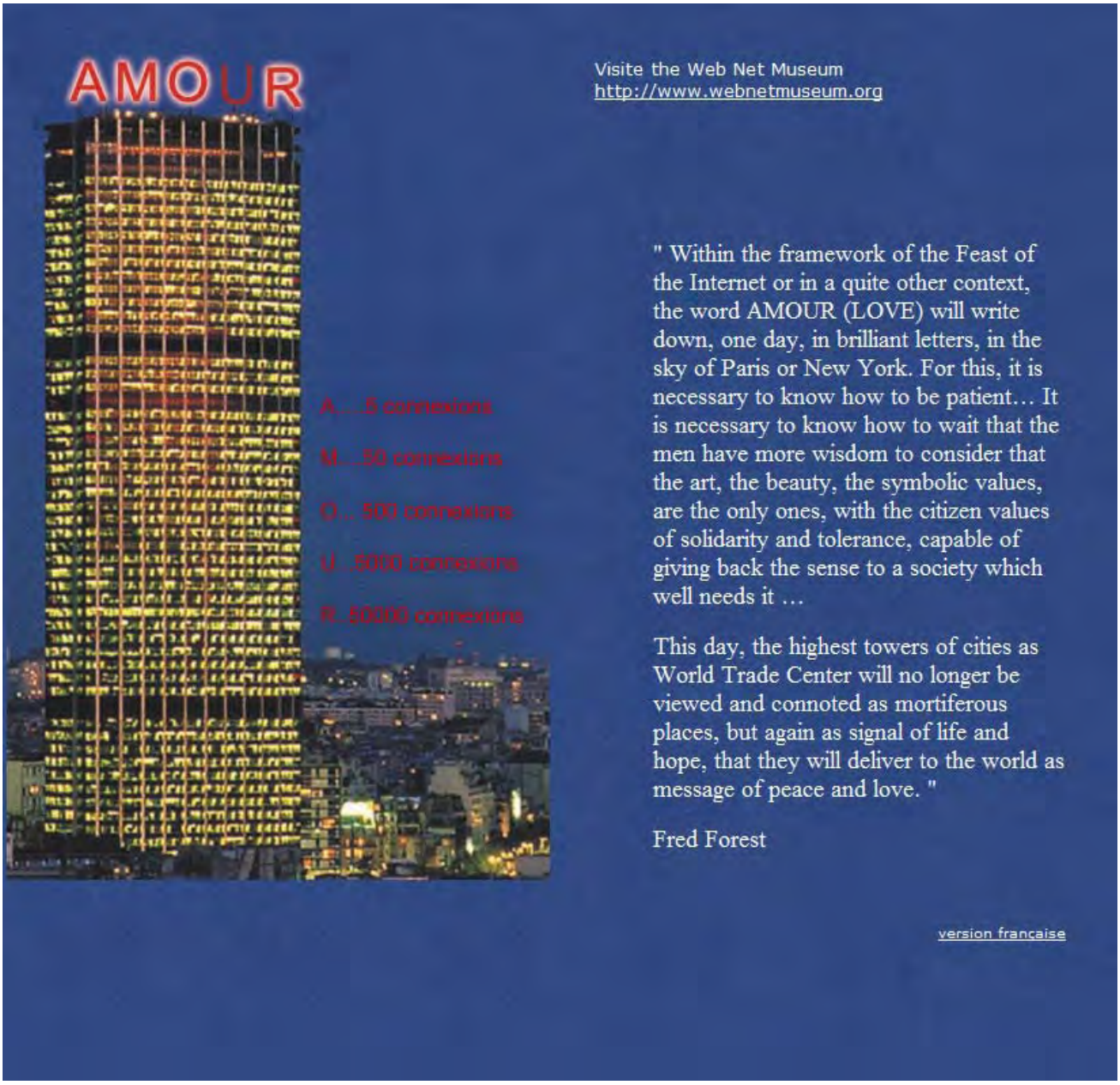
Dès le mois de janvier 2000, dans le cadre des projets de l'association IAPIF auxquels participe la Ville de Choisy-Le-Roi, le site de notre action (ou tout au moins, un site préparatoire...) sera mis en ligne, comme support de référence et de communication du projet, ci-dessus décrit, tout en prenant sens, en lui-même, sur la thématique choisie de l'eau qu'il développera.
Un budget de 20 000F sera alloué par la ville de Choisy-Le-Roi pour la création de ce site.

Amour ou Lettres de feu dans le ciel de Paris	2001
Extrait d'un site internet http://www.fredforest.org/amour/ présentant une proposition d'installation lumineuse envisagée pour la Tour Montparnasse, à Paris (reprise du projet non réalisé *Amour*, 1991) Forest développera également une variante proposée sous le titre de *We Shall Remember* (http://www.fredforest.org/ny/), adaptée pour New York. Sources : site internet http://www.fredforest.org/amour/	

2001 Amour ou Lettres de feu dans le ciel de Paris
Captures d'écran
Sources : site internet http://www.fredforest.org/amour/



2001 Amour ou Lettres de feu dans le ciel de Paris
Captures d'écran
Sources : site internet http://www.fredforest.org/amour/



We Shall Remember	2001
Extrait d'un site internet http://www.fredforest.org/ny/ présentant une proposition d'installation lumineuse envisagée pour la ville de New York (suite aux attentats du 11 septembre 2001). Sources : site internet http://www.fredforest.org/ny/	

2001 We Shall Remember
Captures d'écran
Sources : site internet http://www.fredforest.org/ny/

2001 We Shall Remember
Captures d'écran
Sources : site internet http://www.fredforest.org/ny/

2001 We Shall Remember
Captures d'écran
Sources : site internet http://www.fredforest.org/ny/

STAKES

- For the city of New York and the USA, this project constitutes an exceptional opportunity to answer the tragic events of September 11th, 2001, by a cultural event of the very first plan, constituting a positive message sent to the whole world. A message showing clearly a will of peace, love and brotherhood, between the individuals and the peoples of the whole world. The tower (the towers) which will be of use at its summit of support of the luminous sculpture of the artist, will constitute a very strong symbol which, in a sense, will ward off the mortiferous aspect bound henceforth to this type of building, to invert positively the perception.

PHILOSOPHY

- With its invitation to make, at distance, the Internet users act in an action of playful participation, of interactive type, the project puts in evidence the fact that the technologies of communication and of information are radically changing our RELATIONSHIP TO THE WORLD, but that they may also change, also, our RELATIONSHIP WITH THE OTHER ONE and also the LINKS which unite the men of the whole world. The highly SYMBOLIC dimension of the project contributes, in the period of crisis which crosses our civilization, to deliver a positive message. A message which constitutes a signal of LOVE, of HOPE, and an asserted will of PEACE between the peoples.

FUNCTIONING

- It is the number of the calls which conditions the successive lighting of letters, in the order, according to the chosen programming for each of the letters of the luminous message.

- A campaign of specific communication accompanies the launch of the site to stimulate the participation of the Internet users.

- The challenge thrown to the Internet users consists in the fact that the work never goes out. By webcams they have on their screen a permanent visual control of it.

- Agreements of partnership and broadcasting are realized with TV, to include the participation of the television viewers, who are also, very often, at the same time, Internet users. (Internet + TV)

CONCLUSION

- The first merit of this project: it is at first its very high simplicity ! A concept within the reach of all the public, with this proposition made by an artist of a "sculpture" of light. A sculpture "sculptured" by the very Internet users from the whole world… A luminous "sculpture", which is going to shine symbolically in the sky of New York but also on the five continents… on the screens of millions and millions computers.

2001 We Shall Remember
Captures d'écran
Sources : site internet http://www.fredforest.org/ny/

Fred Forest
7 rue Jean Arp 75013 Paris
Tel : 33 (1) 45 83 00 09
forester@worldnet.fr

maket on line : www.fredforest.org/ny

WE SHALL REMEMBER

FRED FOREST PROJECT

Realization in the sky of New York, just a step from what was formerly the World Trade Center, of a sculpture of light, in the form of a huge interactive neon sign:

Values/Dialogue/Diversty of cultural creations

A symbolic signal that the Internet users of the whole planet switch on, letter by letter, so that delivers, beyond the time, a message of memory, brotherhood and serene determination.

PROJECT:
"WE SHALL REMEMBER" OF FRED FOREST

CONCEPT

This project is proposed by the artist Fred Forest, of international fame, considered as one of the pioneers of the art on Internet.

The concept of this project has the advantage to address all the public, with a contributive, playful, artistic and visual dimension, and especially a very high symbolic potential for this event. It presents the double advantage of a concrete, visual presence, in a physical, geographic, urban space: the city of New York, and at the same time a global presence with its Internet's site and its webcams. It is about an artistic installation in the form of a light signal consisted of the words WE SHALL REMEMBER, at the top of a tower of New York or of a structure gone up for the occasion, in a temporary way, in a public space. The system is equipped with webcams and works in interaction on Internet under control of Internet users of the whole world. These last ones switch on, alternately, every letter, by connecting through a site dedicated to the project. The lighting of every letter is dependant of the scheduled number of calls. This site created by the artist, already constituting, in itself, a work of art of network, as well as a luminous sculpture which shines in the sky of New York.

PARTNERSHIP

- It is up to the city of New York to finance the project or to find the necessary sponsors. The city of New York can choose the executive producer, asked to manage financially the project and to go up it physically and technically, under the artistic coordination of Fred Forest, the artist.

Collectif d’art sociologique : manifestes (1974-1980)

MANIFESTE I DE L’ART SOCIOLOGIQUE

Par Hervé FISCHER, Fred FOREST, Jean-Paul THÉNOT, Paris, le 7 octobre 1974

Publié dans le Journal Le *Monde,* le 10 octobre 1974

Hervé Fischer, Fred Forest, et Jean-Paul Thénot ont décidé de constituer un collectif d’art sociologique qui puisse fonctionner comme une structure d’accueil et de travail pour tous ceux dont la recherche et la pratique artistique ont pour thème fondamental le fait sociologique et le lien entre l’art et la société.

Le collectif d’art sociologique constate l’apparition d’une nouvelle sensibilité au donné social, liée au processus de massification. Les cadres actuels de cette sensibilité ne sont plus ceux du rapport de l’homme individualisé au monde, mais ceux du rapport de l’homme à la société qui le produit.

Le collectif d’art sociologique, par sa pratique artistique, tend à mettre l’art en question, à mettre en évidence les faits sociologiques et à " visualiser " l’élaboration d’une théorie sociologique de l’art.
Il recourt fondamentalement à la théorie et aux méthodes des sciences sociales. Il veut aussi, par sa pratique, créer un champ d’investigation et d’expérience pour la théorie sociologique.

Le collectif d’art sociologique tient compte des attitudes idéologiques traditionnelles des publics auxquels il s’adresse. Il recourt aux méthodes de l’animation, de l’enquête et de la pédagogie. En même temps qu’il met l’art en relation avec son contexte sociologique, il attire l’attention sur les canaux de communication et de diffusion, thème nouveau dans l’histoire de l’art, et qui implique aussi une pratique nouvelle.

MANIFESTE II DE L'ART SOCIOLOGIQUE (page 01/02)
Par Hervé FISCHER, Fred FOREST, Jean-Paul THÉNOT, Paris, mai 1975
Publié dans le catalogue de l'exposition « Collectif art sociologique : Théorie – Pratique – Critique », Musée Galliera, Paris, 1975, p.6.

L'art sociologique, que nous étions seuls encore à défendre il y a quelques mois, suscite des engouements divers, qui tentent de l'entraîner dans le confusionnisme. Il est donc temps de faire quelques rappels et de réaffirmer le sens que nous avons toujours donné au concept de l'art sociologique.
En effet, l'art sociologique se distingue tout autant de la sociologie de l'art que des conceptions laxistes d'un " art social ".
D'une part, en tant que pratique active dans le champ social, ici et maintenant, recourant aux approches théoriques qu'il soumet à l'épreuve de l'action, mettant en oeuvre des stratégies par rapport au réel, mais aussi par rapport aux institutions, au pouvoir, inventant les techniques de ses expériences - l'art sociologique sort du cadre du discours scientifique et universitaire. S'il y recourt nécessairement, comme à un savoir, instrument de l'action et s'il lui offre en retour, avec chaque expérience nouvelle de nouveaux matériaux d'analyse, il le dépasse dialectiquement dans la pratique qu'il élabore.
D'autre part, l'art sociologique, par la spécificité de sa relation à la sociologie, n'a rien à voir avec le fourre-tout culturel du thème " art et société ", dans lequel certains tendent en abusant de leur autorité de critiques d'art, à le diluer pour le récupérer. D'autres, comme nous, comprennent aujourd'hui ce danger. Cette confusion habilement entretenue constitue actuellement la menace la plus insidieuse contre notre démarche.

Engagée politiquement, notre pratique sociologique se distingue de l'art militant traditionnel avec lequel on veut aussi la confondre. Ce dernier s'exprime encore avec les formalismes esthétiques et les poncifs picturaux petit-bourgeois, auxquels nous voulons substituer une pratique active de questionnement critique. La peinture militante a été une étape importante mais prisonnière des clichés et des conformismes culturels qui la rendirent inopérante, elle laisse apparaître aujourd'hui ses limites et ses échecs avec trop d'évidence pour que l'art sociologique ne s'engage pas sur d'autres voies, impliquant les nouveaux médias, des méthodes pédagogiques critiques et le recours fondamental à l'analyse sociologique.
Nous avons définit l'art sociologique par sa relation épistémologique nécessaire avec la science sociologique. Cette relation est dialectique. Elle fonde la pratique artistique qui l'expérimente et qui lui objecte en retour la force du réel social. Cette relation est spécifique à l'art sociologique: elle le distingue de toutes les autres démarches traditionnelles ou avant-gardistes. Elle signifie, à l'encontre de l'expression traditionnelle, l'art comme idéologie mystificatrice de l'irrationnel, la volonté de recourir au discours scientifique de la sociologie et de confronter notre pratique à la rationalité de ce discours.
L'art sociologique est une pratique qui se fonde sur le retournement de la sociologie de l'art contre l'art lui-même, et qui prend en compte la sociologie de la société qui produit cet art. Il constitue sans doute l'une des premières tentatives (si l'on excepte quelques expériences de socio-drames), de mise en œuvre d'une pratique sociologique, connue au-delà du concept traditionnel d'art. En effet, la sociologie, à la différence des autres sciences comme l'économie, la mécanique, la psychologie ou la biologie, n'a encore suscité aucune pratique, si ce n'est constatatoire au niveau du champ social. Le projet de l'art sociologique, c'est en fin de compte d'élaborer la pratique sociologique elle-même.

1975 Manifeste II de l'art sociologique (par Hervé Fischer, Fred Forest et Jean-Paul Thénot)
MANIFESTE II DE L'ART SOCIOLOGIQUE (page 02/02)
Par Hervé FISCHER, Fred FOREST, Jean-Paul THÉNOT, Paris, mai 1975
Publié dans le catalogue de l'exposition « Collectif art sociologique : Théorie – Pratique – Critique », Musée Galliera, Paris, 1975, p.6.

Mais à la différence de ces sciences et de leurs applications, l'art sociologique ne vise pas à gérer le réel, présent ou à venir, mais à exercer par rapport à la réalité sociale et donc à nous-mêmes, une fonction de questionnement et de perturbation. Cette fonction interrogative et critique implique de ne pas faire les questions et les réponses. En effet il ne vise nullement à justifier un dogme, ni à conforter sa bureaucratie, mais à susciter des prises de conscience désaliénantes. Il s'efforce d'établir, là où règne la diffusion unilatérale des informations, des structures dialogiques de communication et d'échange, impliquant l'engagement réciproque de la responsabilité active de chacun.

L'art sociologique tente de mettre en question les superstructures idéologiques, le système de valeurs, les attitudes et les mentalités conditionnées par la massification de notre société.
C'est dans ce but qu'il recourt à la théorie sociologique, à ses méthodes et qu'il élabore une pratique pédagogique d'animation, d'enquête, de perturbation des canaux de communication.

Le concept d'art sociologique, tel que nous l'avons proposé en 1972, tel que nous le pratiquions depuis plus longtemps encore, dans une indifférence quasi générale à ce moment-là, implique aujourd'hui comme hier la rigueur de sa relation constitutive avec la théorie sociologique matérialiste, dont il est en fin de compte la conséquence et dont il marque le passage à l'acte en tant que pratique opérant dans le champ social.

MANIFESTE III DE L'ART SOCIOLOGIQUE : MÉTHODOLOGIE ET STRATÉGIE (page 01/02)
Par Hervé FISCHER, Fred FOREST, Jean-Paul THÉNOT, Paris, mars 1976
Publié dans le catalogue de la 37ème Biennale de Venise, juin 1976

La pratique de l'art sociologique substitue aux finalités affirmatives et esthétiques traditionnelles de l'art des objectifs liés à la transformation des attitudes idéologiques, dans le sens d'une prise de conscience de l'aliénation sociale. Il ne s'agit pas de proposer de nouveaux modèles d'organisation sociale, mais d'exercer le pouvoir dialectique d'un questionnement critique. Cette conscientisation doit permettre, dans les moments de rupture du système social (crise des structures économiques et bureaucratiques) de faire valoir les interrogations fondamentales susceptibles d'orienter les démarches de ceux qui veulent transformer les rapports sociaux. Car tel est notre projet délibéré. La question philosophique du sens, dans un système social qui ne tolère pas sa mise en question, est inévitablement subversive.

Cela implique que le collectif d'art sociologique considère la méthodologie et la stratégie comme deux concepts fondamentaux de sa pratique.
1. La méthodologie de l'art sociologique. Son but fondamental est la mise en place de dispositifs de déviance. Son champ d'action est directement celui des relations subjectives interindividuelles. Elle ne peut guère emprunter à la sociologie officielle, en ce sens que celle-ci vise à constater et à gérer, à manipuler les attitudes des électeurs/consommateurs par rapport aux propositions fictivement alternatives du système social lui-même, et non pas à mettre en question ces propositions. L'histoire de cette méthodologie constatatoire et bureaucratique est liée aux demandes des organismes gouvernementaux et économiques qui ont financé les enquêtes sociales dans le but d'assurer l'exercice de leur pouvoir. Seule la pratique d'un questionnement critique peut nous permettre d'utiliser ces méthodes, en les détournant.
Notre méthodologie est entièrement à inventer. Elle vise à faire apparaître concrètement la réalité des relations sociales qui déterminent les individus, mais que l'idéologie dominante occulte diversement au niveau de l'imaginaire dans les consciences individuelles, par son discours politique, moral et culturel. L'art sociologique visualise les relations sociales que l'analyse sociologique théorique et la pratique révèlent ; il fait émerger à la conscience de chacun ses structures abstraites, objet du discours sociologique, idéologiquement aveuglées au niveau du vécu quotidien. Cette pratique pédagogique subversive révèle le fonctionnement des rapports sociaux réels entre les catégories sociales, les modes d'exploitation, la logique politique des systèmes de valeurs dominant, leur mystification quotidienne, permettant ainsi à chacun un exercice critique de son jugement et de sa liberté par rapport à un ordre social qui se présente faussement comme naturel et nécessaire. Cette autogestion de la pensée peut être obtenue grâce à l'effet multiplié de différentes techniques: déplacement ou transfert d'informations par rapport à leurs lieux ou supports de processus culturels appartenant à des niveaux ou sphères sociales habituellement cloisonnés, démarches synthétiques provoquant des courts-circuits subversifs, partout où l'idéologie dominante divise et fragmente soigneusement pour éviter les confrontations dialectiques, bref une combinatoire déviante des éléments culturels réels, mettant en question leur logique sociale et donc faisant apparaître ce que leur cohérence doit au pouvoir politique dominant répressif.
Questionnements, débats, dynamisations, perturbations des circuits de communication affirmatifs, provocations, refus, contre-usages fictions critiques, contre-institutions peuvent constituer cette pratique transformatrice.

MANIFESTE III DE L'ART SOCIOLOGIQUE : MÉTHODOLOGIE ET STRATÉGIE (page 02/02)
Par Hervé FISCHER, Fred FOREST, Jean-Paul THÉNOT, Paris, mars 1976
Publié dans le catalogue de la 37ème Biennale de Venise, juin 1976

Il ne s'agit pas seulement d'action directe, mais aussi d'une expérimentation dont l'effet partiel ou différé importe autant que la confrontation avec les hypothèses de la recherche théorique d'une sociologie critique.

2. La stratégie de l'art sociologique. Réalisme et détournement sont ses deux principes. Elle s'exerce spécifiquement vis-à-vis des institutions en place du système dominant, qu'elle veut mettre en question. Constitués en collectif, nous ne rencontrons pas seulement des individus, nous sommes aussi confrontés constamment à ces institutions, qui sont d'une part d'ordre artistique et culturel (galeries, musées, critiques d'art, magazines, biennales, foires de l'art, etc.), d'autre part d'ordre politique et administratif (mass média, partis politiques, syndicats, municipalités, polices, organismes de contrôle, de censure, groupes de pression, etc.). Les processus récupérateurs du marché de l'art et le cadrage de nos activités par ces différentes institutions font problème. En ce qui concerne le marché de l'art, le collectif a pris la décision de ne pas y participer et de le contester radicalement ; en ce qui concerne les partis de se tenir en dehors et les questionner tous en refusant les dogmes. Notre fonction interrogative critique est à l'opposé de tout militantisme.
La stratégie de l'art sociologique vise à s'appuyer sur la permissivité des institutions artistiques, pour élargir son activité à une pratique sociologique beaucoup plus vaste que la catégorie d'art. Il s'agit de s'emparer du pouvoir des institutions en place soit en s'appuyant sur quelques-uns des hommes qui y exercent des responsabilités, soit grâce à la logique du pouvoir acquis, pour détourner ce pouvoir, si possible déborder les processus de neutralisation de notre action qu'opère en principe le cadrage institutionnel du micro-milieu élitaire, et retourner ce pouvoir contre le système institutionnel que nous voulons questionner.
Dans une société dominée par l'élite économique et technocratique à laquelle la classe moyenne majoritaire a délégué son pouvoir politique, il est possible d'appuyer notre stratégie sur une partie de la classe intellectuelle qui conteste le pouvoir des gestionnaires et leurs finalités.

Le réalisme de notre stratégie implique constamment un calcul des risques dans le jeu des cautions institutionnelles, des mécanismes de neutralisation et de récupération, et des possibilités d'expérimentation ou de mise en question efficace. Si le court terme n'est pas négligeable le long terme est une perspective d'espoir qui légitime nécessairement toute volonté, aussi dérisoire qu'elle apparaisse de transformer les rapports sociaux contemporains. C'est peut-être la volonté de continuer malgré tout, qui donnera sa force à notre refus d'une société d'hommes/objets contrôlés cybernétiquement.

MANIFESTE IV DE L'ART SOCIOLOGIQUE : ART ET ÉCONOMIE (page 01/02)
Par Hervé FISCHER, Fred FOREST, Jean-Paul THÉNOT, Paris, février 1977
Sources : http://www.webnetmuseum.org (consulté le 01/01/2010)

L'art est une marchandise complexe. Son marché dans les pays industrialisés est organisé à plusieurs niveaux: spéculation élitaire sur pièces uniques ou à tirage limité, diffusion massive de reproductions (disques, cartes postales, copies...), emballage ou conditionnement de denrées de consommation (alimentation, maison...). Ce marché a sécrété un réseau d'information moderne et diversifié, et un système institutionnel efficace (galeries, musées, centres d'art et de culture...). Capitale mondiale de la finance et de l'économie, New York détient sur ce marché un pouvoir impérial et y exporte sa culture locale en même temps que ses dollars.

1. Le marché de l'art. Banques, bourses, enchères, assurances, industrie, galeries ont fait du " supplément d'âme " de notre civilisation une activité commerciale à haut rendement, très comparable à toute autre, avec une fonction supplémentaire en effet, celle de légitimer spirituellement notre société industrielle et commerciale et la classe qui y domine. L'art y retrouve son pouvoir affirmatif traditionnel.
Le collectif d'art sociologique refuse une société où l'art est de l'argent et où l'argent est divin. Par sa pratique interrogative et critique, à l'opposé de l'art marchandise et de la culture de consommation, il questionne la conscience sociale.

2. La communication. Confronté au réseau marchand et officiel de l'art (revues d'art financées par des directeurs de galeries, dirigées par des représentants de l'État, éditées par des capitaines d'industrie), le collectif d'art sociologique pose le problème de la communication. Il doit inventer marginalement son propre réseau d'information, à l'encontre des pouvoirs économiques et politiques.

3. Les institutions du marché. Vis-à-vis des galeries, musées et du symbole monumental qui règne désormais sur ce système à Paris - le Centre d'Art et de Culture Georges Pompidou - le collectif d'art sociologique doit inventer une stratégie de détournement. Il doit créer ses contre-institutions, telle l'École Sociologique Interrogative, pour opposer la conscience à la consommation.

4. New York. Aux États-Unis même, le régionalisme culturel de New York tient le langage et le pouvoir de l'universalité. Le Canada trop proche en subit le joug, sans pouvoir découvrir même sa propre identité culturelle. Tout ce qui vient de New York est dieu sur le marché de l'art. Les galeries ont installé leur siège social à Broadway. Elles testent leurs produits dans leurs succursales européennes, avant l'investissement éventuel sur le marché nord-américain. Fascinés par New York, les artistes d'Europe, d'Amérique et du Japon font de l'art d'imitation pour être dans la spirale de l'avant-guerre. Le Centre Pompidou pour accéder au statut international croit nécessaire d'annoncer à son ouverture une exposition New York/Paris. Inconscientes du caractère économique de leur pouvoir, les " stars " new-yorkaises ignorent superbement les idées qui vivent ailleurs - à leurs yeux une sorte de tiers monde culturel.

1977 Manifeste IV de l'art sociologique : arts et économie (par Hervé Fischer, Fred Forest et Jean-Paul Thénot)

MANIFESTE IV DE L'ART SOCIOLOGIQUE : ART ET ÉCONOMIE (page 02/02)
Par Hervé FISCHER, Fred FOREST, Jean-Paul THÉNOT, Paris, février 1977
Sources : http://www.webnetmuseum.org (consulté le 01/01/2010)

Pourtant la crise a atteint la capitale impériale, et tandis que les marchands avisés accueillent temporairement quelques artistes et galeries étrangers, le temps de passer une crise qu'ils veulent brève, nous lançons un tiers front hors New York capable d'organiser une stratégie hors du marché international et d'inventer diversement nos consciences et nos identités, sans dépendre des guichets de banque new-yorkais.
Le marché de l'art, son système d'information et de diffusion, ses institutions le Centre Pompidou, l'impérialisme new-yorkais existent. Ils sont là. Comme des produits caractéristiques de notre société marchande et de consommation Le collectif d'art sociologique n'a pas le pouvoir de les supprimer. Sa stratégie sera donc de les détourner, pour que l'art ne soit pas l'expression sublime et le supplément d'âme du pouvoir économique, politique et militaire..., mais la conscience interrogative de tous.

1980 Manifeste de l'art sociologique : actes II (par Fred Forest)

Fred Forest, *Manifeste de l'art sociologique*, publié dans *Le Monde*, le 7/8 février 1980 et dans la revue *+ - 0*, Bruxelles, avril 1980, n°29, p.27

Le Monde

ART SOCIOLOGIQUE

(Acte II)

L'art sociologique prend pour matériaux les données sociologiques fournies par son environnement. Il agit sur ces données par une pratique multimédia. Il révèle les traits de la société par une méthodologie et un questionnement critique. Les caractères propres à l'art sociologique ont été définis, mis en œuvre, expérimentés, vérifiés dans une première phase par le collectif d'art sociologique.

L'ART SOCIOLOGIQUE ENTRE AUJOURD'HUI DANS LA SECONDE PHASE DE SON DÉVELOPPEMENT

Il affirme désormais en priorité sa *fonction symbolique* au sein de la société dans le domaine des représentations de son époque (pratique du simulacre et de distanciation critique), par rapport à son image première, trop exagérément scientiste. Il opère un déplacement vers une plus grande sensualisation du vécu, l'exaltation ludique, la qualité des échanges humains. Il recouri à trois concepts en fonction desquels il réoriente sa démarche d'une façon significative.

CONCEPT DE RELATION

Une nouvelle attitude mentale favorise les interférences entre des secteurs cloisonnés. Une volonté d'indisciplinarité a donné naissance dans le domaine des sciences à la théorie de la « systémique ». Dans le champ artistique, cette donnée « relationnelle » s'affirme également. L'œuvre comme structure ouverte introduit aléatoire et participation du public dans des processus de communication interactifs. L'artiste ne s'impose plus comme le fabricant d'un objet artistique matérialisé mais fonde sa démarche sur une relation particulière qui s'établit entre lui-même et son contexte. Agent de communication, travaillant sur celle-ci, l'artiste devient un prestataire de service.

CONCEPT D'ORGANISATION

En art sociologique tout se joue dans ce rapport au contexte. Chacun des projets requiert la création d'un dispositif opérationnel et l'élaboration d'une stratégie adaptable à des différents scénarios. Cette pratique s'appuie donc, tout entière, sur la mise en place de « *systèmes d'action* ». L'œuvre réalisée s'incarne dans un dispositif conçu, programmé, animé au sein de la réalité quotidienne. Ce type d'œuvre est appelé à se substituer à l'objet art physique (sculpture, peinture, photographie, bande vidéo) ou à l'événement art isolé dans le micro-milieu (performance, happening). Qui dit dispositif, dit organisation. Art d'organisation, l'art sociologique est plus attentif aux *fonctions* qu'aux *objets*.

CONCEPT D'INFORMATION

L'apparition successive des techniques de transformation du matériau, des techniques de l'énergie et aujourd'hui des techniques de l'information a engagé l'être humain dans de multiples formes d'expression. La plus récente, *la technique de l'information* ne produit pas d'objets matériels mais des *messages*. Emission, réception, agencement (détournement) de messages, l'art sociologique est production de messages, réflexion, provocation, imagination sur la communication sociale de son temps.

L'art sociologique est un art de l'information.

Fred FOREST,
Gérant du Territoire du M2,
Janvier 1980.

1980 Mise au point / Collectif d'art sociologique (par Fred Forest et Jean-Paul Thénot)

Lettre de « mise au point » : Fred Forest et Jean-Paul Thénot reprochent à Hervé Fischer « une récupération personnelle d'un travail collectif ».

Sources : Achives personnelles de l'artiste

MISE AU POINT

Après plusieurs années d'activité, le Collectif d'art sociologique constate, en opérant une réflexion sur son travail et sur les faits, que certains concepts forgés par sa réflexion et par sa pratique sont aujourd'hui dénaturés.

Le Collectif d'art sociologique, comme l'Ecole sociologique interrogative (ESI) sont l'émanation et le "bien moral" de leurs trois fondateurs: Hervé Fischer, Fred Forest, Jean-Paul Thenot.

Nous précisons que l'Ecole sociologique interrogative, ses séances, ses interventions, ses publications, ainsi que des travaux d'enquête, notamment celui réalisé à Perpignan en 1976, procèdent d'un projet, d'une méthodologie et d'une réalisation du Collectif d'art sociologique (Fischer, Forest, Thenot) contrairement aux affirmations produites dans le dernier cahier de l'ESI, lequel n'a pas été soumis à l'approbation du Collectif.

Nous sommes contraints, ici, de dénoncer la pratique d'amalgame d'Hervé Fischer, visant à une récupération personnelle d'un travail collectif.

Plusieurs rappels à l'ordre l'invitant à plus de clarté et de rigueur sont restés sans suite. Cette confusion volontairement entretenue a usé souvent, pour ce faire, du statut que confère la position d'universitaire.

Seule l'incapacité à créer de nouvelles formes d'intervention dans le réel constitue l'explication de la reprise, quelques années plus tard des expériences entreprises par d'autres, en les présentant à l'étranger comme des initiatives personnelles originales (1).

Le Collectif d'art sociologique réaffirme :

- L'art sociologique n'est pas un art de l'opportunisme , c'est un art critique qui ne doit pas s'inféoder de manière organique à des institutions (Office Franco Allemand de la Jeunesse).
- L'art sociologique n'est pas l'art de récupérer travail et imagination d'autrui.
- L'art sociologique n'est pas l'art de se donner l'image et l'illusion de quelqu'un qui travaille en groupe, en exerçant manipulation ou exploitation habile de quelques étudiants, soumis de fait à l'autorité universitaire.
- L'art sociologique n'est pas l'art de construire des théories en occultant systématiquement une partie des informations produites par l'expérimentation
- L'art sociologique n'est pas l'art de la rhétorique intellectualiste.
- L'art sociologique n'est pas l'art de l'agitation répétitive d'une même action, l'art d'accéder au vedettariat à tout prix, pour entrer dans une histoire de l'art ...

Fred FOREST - Jean-Paul THENOT

Collectif d'art sociologique
Ecole sociologique interrogative

Paris, novembre 1980

(1) L'Institut d'Arthérapie de Thenot, ses médicaments, ses questionnements sur les problèmes d'identité datent de 1972 . La Pharmacie Fischer, son Bureau d'identité utopique, de 1975 et 1976.

Les expériences de presse de Forest remontent à 1972, celles de Fischer débutent cinq années plus tard, avec l'appui d'un cadre institutionnel.

Esthétique de la communication : manifeste (1985)

Fred Forest, « Manifeste pour une esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », pp.7-16 ; page 01/23

Ce qui m'amène aujourd'hui à proposer les bases d'une nouvelle forme d'esthétique, l'Esthétique de la Communication, c'est le constat d'un grand décalage entre notre sensibilité d'homme engagé dans la société contemporaine et le discours dominant sur l'art qui y règne. Il me semble, en effet, que la majeure partie de la production artistique de notre temps telle qu'elle est inspirée par le marché dans ses circuits institués n'est plus en adéquation avec la sensibilité profonde des individus de notre époque. Cette production entièrement repliée sur des systèmes de références qui la renvoient au passé ne constitue presque jamais un langage spécifique au temps que nous vivons. Ce divorce est grave dans la mesure où il démontre que la pression économique est capable de susciter une production artistique étrangère aux préoccupations du temps; générée de manière artificielle par le " système de l'art ".

L'Esthétique de la Communication se positionne clairement sur ce terrain. Elle se situe au delà du système marchand et institutionnel. L'Esthétique de la Communication n'est pas une théorie philosophique du Beau, n'est pas une phénoménologie ou une psychologie expérimentale des perceptions, et encore moins un discours universitaire sur les Arts... Plus modestement, elle revendique le projet d'appréhender ce qui constitue pour une société donnée (la nôtre) à un moment donné de sa propre histoire, le monde qui lui est sensible. Selon l'étymologie, le mot " esthétique " désigne une connaissance du sensible. Il ne s'agit donc pas, pour nous, de disserter sur une catégorie abstraite. Il s'agit, plutôt, de chercher à comprendre comment ce monde du sensible affecte directement les individus que nous sommes. Même si nous n'en avons pas toujours conscience, l'esthétique de notre temps est bien une esthétique qui relève d'une sensibilité de communication. Un effort est nécessaire pour le constater car le monde qui nous est propre est encore celui qu'une acculturation millénaire nous a conditionnés à voir... Pour comprendre ce qui nous est sensible aujourd'hui, une esthétique de tradition uniquement philosophique ne suffit plus. Il faut procéder à un élargissement du champ. Il faut faire sauter les verrous universitaires, ses spécialisations, ses cloisonnements. L'Esthétique de la Communication telle que nous en esquissons les principes, ici, s'efforce d'intégrer des données relevant de la philosophie mais également des sciences humaines, des sciences exactes et de tout ce qui serait susceptible, sciences ou non, d'apporter une connaissance à son objet qui est le sensible. Nous vivons aujourd'hui dans un monde où tout est intimement imbriqué, un monde dans lequel les phénomènes biologiques, psychologiques, sociaux et environnementaux sont interdépendants. Pour tenter de toucher à la " sphère " du sensible, il faut mettre en œuvre une approche systémique. L'optique discursive d'hier est incapable de nous satisfaire. Ce qui se joue à l'heure actuelle, même si nous ne le percevons pas toujours, c'est le renouvellement de notre concept de Réalité. À travers une modification progressive de nos systèmes de valeurs, de nos systèmes de pensées, de nos perceptions, nous passons sensiblement d'une vision mécaniste de la réalité à une conception holistique. Le monde de la communication, la structure en maillage des réseaux, des notions d'interactivité qui lui sont propres, nous introduisent dans d'autres types de schèmes mentaux. L'Esthétique de la Communication s'inscrit naturellement dans cette mouvance. Certains signes de la sensibilité contemporaine témoignent d'une dimension de caractère profondément spirituel. Les recherches les plus avancées en physique moderne réactivent les contenus des traditions mystiques les plus anciennes. De plus en plus, la notion d'objets séparés fait place dans notre conscience à une perception globale. La culture, elle-même, selon la terminologie de Marshall McLuhan devient une culture en mosaïque. Le rythme est plus important que l'objet qui le produit. La réalité qui nous entoure est vécue comme une danse ponctuée par des cycles d'informations. Dans certains moments de notre vie, particulièrement riches, nous ressentons ce synchronisme qui nous met en harmonie avec l'ensemble de l'univers. Comme si dans ces moments, précisément, toute forme de séparation ou de fragmentation de notre conscience se trouvait miraculeusement abolie. Selon Capra, " les parallèles entre science et mysticisme ne sont pas limités à la physique moderne ; ils peuvent être étendus, avec le même propos, à la nouvelle biologie systémique.

Fred Forest, « Manifeste pour une esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », pp.7-16 ; page 02/23

Deux thèmes fondamentaux reviennent constamment dans l'étude de la matière vivante et inorganique; on les retrouve souvent dans les enseignements des mystiques: l'interconnexion et l'interdépendance universelles de tous les phénomènes, et la nature intrinsèquement dynamique de la réalité. L'idée des fluctuations considérées comme la base de l'ordre, introduite par Prigogine dans la science moderne, est l'un des thèmes principaux de tous les textes taoïstes (1).

En reprenant les principes de l'Art Sociologique, mais en les poussant plus loin, l'Esthétique de la Communication peut apparaître comme son prolongement naturel et logique. Principes que j'ai contribué à élaborer et à illustrer en leurs temps (2). Aujourd'hui, l'Esthétique de la Communication manifeste non seulement son intention d'élargir le champ exploré jadis, mais le souci d'en corriger certaines affirmations démenties par l'expérience. Sans vouloir en rien minimiser l'importance des facteurs sociologiques qui ont constitué à l'époque l'assise de nos prises de position théoriques, il s'agit maintenant de les relativiser et, surtout, de diversifier nos instruments d'analyse. L'Esthétique de la Communication situe son point de vue à un niveau plus globalisant. Il ne s'agit plus, restrictivement, du rapport de l'homme à la société, mais d'une manière plus ambitieuse de son rapport... au monde. Quant aux grands principes matérialistes affichés jadis, il faut savoir les nuancer dans une époque qui se prête mal aux affirmations définitives toute à la recherche d'un " supplément d'âme ". La crise qui nous frappe de plein fouet constitue une étape de transition plus propice à la prudence, aux doutes, aux interrogations. L'évolution des idées ces dix dernières années, les mutations technologiques, les bouleversements sociaux qui s'en suivent, l'appel religieux au sens large du terme, la fascination pour les mystiques orientales, la conscience écologique, créent un contexte différent. Après avoir connu à son apogée la société de production et de consommation, nous nous acheminons lentement, maintenant, vers cette société promise de Communication... Une société qui est à la recherche de ses nouvelles valeurs. Les comportements politiques des jeunes générations sont significatifs à cet égard. La contestation a déserté les campus. Mais ces signes ne doivent pas être interprétés trop hâtivement comme des signes négatifs de désintégration sociale et de démission politique. Il faut peut-être au contraire au delà des apparences considérer qu'il s'agit là d'une phase intermédiaire qui marque l'affranchissement de l'individu enfin délivré du poids des appareils et des idéologies périmées. Le sentiment de vide actuel n'est pas seulement un manque. Il est porteur de sa propre dynamique, de sa propre créativité. On change la société aussi en se changeant soi-même. Ce vide constitue un passage obligé vers autre chose d'informulé à cette heure. Et cet informulé dispose déjà de quelques points de repère.
Certes nos objectifs peuvent sembler suspects aux yeux de certains qui ne se priveront pas de manifester réserve et ironie. Les conversions ont toujours odeur de scandale. Qui aurait imaginé l'Art Sociologique sombrant sur le tard dans un mysticisme de pacotille ? Nos censeurs auront tôt fait, sans vouloir reconnaître la crise actuelle que traversent de nombreuse disciplines, de régler son compte à l'Esthétique de la Communication avant sa naissance même; cela en dépit de l'apparition de nouvelles problématiques et de nouveaux champs de savoir qui font référence d'une manière explicite à la subjectivité et à la métaphysique. De nombreux chercheurs remettent en question l'usage classique de la raison. Les interrogations autour des notions de vérité, d'expérience, de preuves, de méthodologie, se multiplient. Ceci n'implique nullement l'abandon de la rigueur scientifique pour une soumission à la pensée magique. René Thom, mathématicien moderne, auteur de la " Théorie des catastrophes ", dit du rationalisme que c'est une "déontologie de l'imaginaire " et qu'à " toute science quelle qu'elle soit, il faut superposer au réel phénoménal perçu des entités imaginaires, invisibles ou cachées ". Il précise, encore, que " ces entités imaginées doivent être soumises aux contraintes les plus déterminantes qu'il se puisse ". Il ajoute, enfin, " que la voie de crête entre les deux gouffres de l'imbécillité d'une part et du délire d'autre part, n'est ni certes facile ni sans danger mais c'est par elle que passe tout progrès futur de l'humanité ". (3)

Ce que René Thom désigne comme " entités imaginaires, invisibles ou cachées " relève directement du sensible aujourd'hui.
Des catégories qui appartiennent bien au domaine d'investigation que nous nous proposons d'explorer. L'Esthétique de la Communication nous le répétons encore, a pour but d'appréhender dans notre société contemporaine en mouvement le monde qui lui est sensible. Notre façon d'appréhender la réalité est à la fois dépendante de notre façon de sentir et de la manière dont cette façon de sentir détermine une échelle de valeurs. Dans la période que nous vivons, les valeurs établies nous apparaissent souvent comme dévaluées, vidées de leur contenu. Elles appartiennent la plupart du temps à un passé révolu. Nous nous trouvons souvent dans l'impossibilité de nous reconnaître en elles. À l'image de notre environnement physique et mental, elles sont en instance de mutation. Des changements sociaux affectent en profondeur les courants de la société. Ils semblent converger dans une même direction celle d'un réajustement et d'une recherche d'une nouvelle vision du monde que notre sensibilité appelle. Les premiers changements témoignent tous d'un renouvellement de nos concepts mentaux; d'une façon différente d'être dans le monde. Il s'agit bien d'une question de valeurs auxquelles nous sommes en mesure de nous identifier. Dans un cadre de valeurs différentes, la technologie et l'économie deviennent elles-mêmes des instruments autres si la volonté écologique, par exemple, se substitue aux règles aveugles de compétitivité, de surconsommation, de productivité et de gaspillages anarchiques. Les indices qui marquent ce climat de crise et de recherche sont intuitivement ressentis par notre sensibilité. Le monde se transforme en même temps que nous nous transformons nous-mêmes. La sensibilité contemporaine se trouve très profondément liée à une intuition de caractère systémique dont les principes d'organisation dynamique affectent directement notre perception esthétique. Les premiers pas d'Armstrong sur la Lune suivis sur l'écran cathodique par des centaines de millions de téléspectateurs ressourcent notre émotion d'homme contemporain plus que ne peuvent le faire le sourire de Mona Lisa et les pinceaux de Leonardo aujourd'hui.

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION ET INTERVENTION SUR LA REALITE COMME ACTIVITE SYMBOLIQUE ET ESTHETIQUE

L'Esthétique de la Communication conçoit de transposer directement les principes sensibles observés dans l'évolution de notre environnement et du monde sur le fonctionnement de l'art lui-même et de considérer désormais celui-ci non plus en termes d'objets isolés, mais en termes de relations et d'intégration. Les œuvres, les données, les systèmes d'art devront être appréhendés comme des touts intégrés. Des touts intégrés qui ne pourront en aucune manière se diviser ou se réduire à l'inventaire des parties constitutives matérialisées. Ce qui fonde " l'œuvre ", ce n'est plus son support matériel ni sa représentation visuelle, picturale, mais ce qui précisément n'est pas perceptible à nos sens tout en l'étant à notre sensibilité.
Notre société en généralisant les modes de production imagée, en les banalisant en quelque sorte, limite leur traitement esthétique et déplace la légitimité de l'intervention artistique de la production à l'invention des modèles. L'inflation des images conduit inévitablement à leur dévaluation. L'Esthétique cherche ailleurs que dans l'incarnation du signe plastique ses terrains d'élection. Ne pouvant plus poursuivre son action sur le mode de la représentation, l'artiste intervient maintenant directement sur la réalité, c'est-à-dire poursuit son activité symbolique et esthétique avec d'autres moyens que ceux qu'il utilisait jusqu'alors.
La démarche dans laquelle je suis engagé est un travail qui prend pour objet la communication elle-même. Travail de réflexion sur la communication mais, aussi, pratique d'action à l'intérieur et sur ce champ. Cette position bouleverse les données classiques de l'activité artistique et en rend l'appréhension problématique. Nous assistons non seulement à un changement d'objet mais aussi de moyens. Ce qui entraîne une modification profonde de la philosophie esthétique.

Fred Forest, « Manifeste pour une esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », pp.7-16 ; page 04/23

L'Art Sociologique a témoigné à travers ses expériences diverses son affirmation d'un art de l'action. Un art de l'action dont le développement programmé dans le temps se situe dans l'espace social. Cet art tient compte de l'environnement au sein duquel il prend naissance. Il s'appuie sur une théorie des actes pour agir sur le monde en vue de le changer. Il met en jeu la théorie des communications en produisant des processus d'interactions entre individus ou groupes d'individus. Cet art agit comme pôle émetteur de messages. Il accélère et active la communication. Il innove, soit en introduisant des messages parasites dans les circuits institués, soit en installant ses propres réseaux parallèles. Quelquefois, en établissant carrefours et connexions entre les uns et les autres. Cet usage a pour résultat immédiat une critique de l'information ambiante et déborde le fonctionnement routinier des circuits spécialisés. Il faut souligner ici, avec insistance, que ce qui constitue une nouveauté, c'est le déplacement même du champ d'action de la pratique artistique. L'artiste de la communication producteur de symbole au même tire que l'artiste traditionnel, colonise d'autres contrées et annexe d'autres champs d'information. Il ne se contente pas des lieux établis, des circuits réservés à cet usage particulier pour un public particulier, mais il déplace délibérément sa production sur d'autres champs et dans d'autres canaux. En passant par les mass-média plutôt que par le musée, ses messages sont moins ciblés, mais il atteint de toute manière, aussi par ce canal, le destinataire visé par le musée. En tout état de cause, il ne peut qu'élargir le cercle des destinataires potentiels, les toucher à distance et par ce biais trouver avec eux une relation nouvelle favorisée par l'originalité de la situation créée. En introduisant ainsi ses propres signes sur, et au travers des médias de la communication quotidienne, journaux, radios, T.V., téléphone, et en les mettant en juxtaposition avec les signes de la société que véhiculent ces canaux, comme autant de signes parasites, l'artiste de la communication agit bien sur l'espace de son temps qui est l'espace de l'information. C'est dans l'espace de l'information qu'il introduit, installe et met en scène ces symboles. Bien entendu, selon le cadre d'intervention choisie, la stratégie de communication exigera des choix de supports, de moments et d'organisation en fonction du message à passer et du but à atteindre. En s'appropriant ainsi d'autres canaux, l'artiste met aussi en évidence la place toute relative dévolue jusqu'alors à la création artistique dans notre société, isolée dans des réserves bien localisées. Aujourd'hui, le champ de l'information ouvre des espaces illimités d'intervention aux artistes qui sauront inventer des formes d'art spécifiques.

La pratique de l'Art Sociologique a toujours accordé une attention poussée aux problèmes communicationnels. Certains ont pu lui reprocher une inflation d'informations dans son propre fonctionnement, notamment en ce qui concerne l'activité du Collectif d'art Sociologique... Particularité inhérente à sa méthode d'action. Dans le fil de sa logique. L'expression de cette communication s'est traduite sous des formes diverses. Recours à des médias variés dont le choix est approprié au moment, comme aux circonstances. Le tract postal a été pour des raisons financières explicables, le moyen le plus largement utilisé. Il permet, en effet, au moindre coût, d'arroser le public visé et surtout de toucher sans intermédiaires des " leaders d'opinion " qui deviendront, eux-mêmes, relais d'information... Néanmoins, nos interventions ponctuelles sur les canaux de communication de masse, presse écrite, radio, télévision, ont été nombreuses et remarquées. La dynamique comme l'amplification de l'information font partie de la dimension que nous avons toujours donnée à notre travail. C'est la grande information qui nous a permis de donner à nos événements l'existence et l'impact social que nous en attendions. Nous avons accordé toujours un soin attentif à la préparation de cette information puis à sa diffusion. La technique de communication fait donc dans toutes nos actions l'objet d'une réflexion préalable approfondie. L'objet d'un plan minutieux. Partie intégrante de notre méthode, ce plan d'action devra toutefois s'avérer assez souple pour s'adapter à toute situation imprévue. Notre action du " mètre carré artistique " est exemplaire à ce titre par les résultats qui ont été obtenus à l'époque. C'est là, sans doute, que joue l'intuition des médias et la sensibilité à leur mode de fonctionnement. Cette sensibilité qui flotte dans l'air du temps induite par l'environnement informationnel dans lequel nous sommes tous plongés.

1985 Manifeste de l'Esthétique de la communication (par Fred Forest)
Fred Forest, « Manifeste pour une esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », pp.7-16 ; page 05/23

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION ET ART COMME MODELE DE SIMULATION FACE AUX POUVOIRS.
L'art entretient des liens avec la réalité sur laquelle il tente de peser pour en modifier la perception.
Le jeu en tant que modèle de simulation anticipe par investigations successives sur les situations réelles dans le champ des possibles. Il développe des stratégies d'action. Il contribue à renouveler par leur reproduction ludique les rôles sociaux et les comportements. Il les modifie et en propose d'autres versions. Sous cette forme, l'art exerce directement son action sur la réalité sociale. Il lui oppose une représentation simulée qui a pour résultat, par juxtaposition, d'en révéler les imperfections. La culture ne se satisfait plus d'être uniquement un élément de loisir, elle s'affirme comme une arme de combat.

Le jeu en tant qu'activité exercée librement, sans obligation, par plaisir, est au sens large du mot une des composantes la plus fondamentale de toute manifestation artistique. Cela ne veut pas dire pour autant que l'art soit une occupation gratuite sans objectif déterminé. Il n'est pas seulement activité d'évasion orientée vers la fiction.
" Tout jeu, comme tout médium d'information, est une extension de l'individu ou du groupe. Son effet sur le groupe ou l'individu, est celui d'une reconfiguration des parties du groupe ou de l'individu qui ne sont pas étendues ou prolongées. Une œuvre d'art n'a pas d'existence ou de fonction en dehors de ces effets sur les hommes qui l'observent. Et l'art, comme les jeux ou les arts populaires, et comme les médias de communication, a le pouvoir d'imposer ses propres postulats en plaçant la communauté humaine dans de nouvelles relations et de nouvelles attitudes.
" L'art comme les jeux est une traduction de l'expérience. Ce que nous avons déjà senti ou vu dans une certaine situation, nous le retrouvons subitement incarné dans un nouveau matériau ". (4)
Le concept, la réalisation, le déroulement, la finalité de nos actions visent par une méthodologie appropriée à mettre en relation des situations fictives avec des données du réel. La fiction est présentée au monde réel une " autre réalité " possible ou l'expérience vécue de la communication entre l'artiste et le spectateur se trouve enrichie. Le jeu, le rêve, l'imaginaire sont introduits dans la dimension du vécu. Une telle conception de l'art se heurte aux codes traditionnels et rend sa perception problématique. Dans le domaine des arts plastiques, les œuvres des siècles passés avaient souvent pour règles de reproduire une certaine " vraisemblance ". Cette vraisemblance était d'ailleurs le critère premier sur lequel se fondait leur reconnaissance. Chaque acte véritablement novateur rompt avec l'ordre établi. Si les innovations artistiques fondamentales se réfèrent toujours obligatoirement au répertoire des connaissances établies, elles se trouvent enrichies par l'apport novateur de chaque artiste.
Pour le grand public, l'irruption brutale dans le champ familier de l'art, d'idiomes nouveaux suscite toujours un phénomène naturel d'incompréhension et requiert un temps d'assimilation. Dans l'élargissement actuel des perspectives artistiques à des disciplines appartenant aux sciences humaines, l'expression personnelle tend à devenir la traduction d'un problème plus général dans ses implications politiques, sociales, psychologiques, philosophiques. Cette intégration des sciences humaines dans le contexte artistique des arts plastiques s'accompagne en même temps d'une diversification au niveau des techniques et d'emprunts aux genres littéraires (peinture narrative), comme au théâtre (happening), au cinéma (artvidéo) etc.
" À mesure que la prolifération de nos technologies créait toute une série de nouveaux milieux, les hommes se sont rendus compte que les arts sont des " contre milieux " ou des antidotes qui nous donnent les moyens de percevoir le milieu lui-même... L'art vu comme contre-milieu ou antidote devient plus que jamais un moyen de former la perception et le jugement ". (5)

Pendant très longtemps, le discours sur l'art a consisté à discuter essentiellement du sexe des anges. Les choses commencent à changer. L'artiste commence à comprendre, aujourd'hui, dans sa pratique, que le " pouvoir " est lié à toute action humaine. Vouloir le nier au nom d'un idéalisme naïf revient à nier la réalité. Les hommes sont entourés de contraintes et disposent de quelques libertés. Le rapport entre les hommes est toujours conditionné par le jeu de pouvoir qui intervient constamment dans leurs relations. Il ne fut pas craindre de la reconnaître. Le pouvoir se manifeste à tous les niveaux dans les relations humaines.

Le pouvoir est l'attribut de chaque acteur social. Chacun exerce un pouvoir, en même temps qu'il le subit. Chacun de nous est obligé de " composer " depuis sa plus tendre enfance avec son environnement. Chacun se voit contraint de mettre au point une stratégie de comportement consciente ou inconsciente, à l'intérieur du système dans lequel il agit. Le changement individuel et collectif nécessite le bouleversement de ce jeu. Il nécessite que chacun apprenne à récuser contraintes et libertés qui constituent son " champ d'action ". C'est parce qu'il prend en compte ces données que l'Art Sociologique s'est voulu un "art des actes ". Même dans les systèmes sociaux les plus contrôlés, il y a toujours une marge de manœuvre dans laquelle l'individu, ou la minorité arrive à se glisser. Donc un espoir. Dans le rapport des forces, le plus faible n'est jamais entièrement démuni. Il a toujours moyen de retourner la situation à son avantage s'il trouve le point d'application juste où faire travailler le levier. La notion de " jeu " et de " stratégie " est étroitement liée à la conduite sociale. Elle a pour limite, bien sûr, celle des pouvoirs adverses mais aussi celle de notre propre imagination qu'il faut exercer, qu'il faut développer, qu'il faut aiguiser. L'artiste devient à son tour un " opérateur social ". Il devient un acteur social. La démultiplication du pouvoir, son incitation et son détournement sous une forme ludique, appartiennent au champ de l'art. L'artiste responsable connaît ce pouvoir, son pouvoir, et le confronte au monde qui l'entoure.

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION, NOUVELLES SENSIBILITES ET NOTION DE RELATION.

Les techniques électriques, électroniques, informatiques nous ont introduits désormais dans la société de communication. Ces techniques sont au cœur des changements intervenus dans la vie sociale depuis un siècle, modifiant notre environnement physique, mais aussi nos représentations mentales. Electricité, électronique et informatique fournissent aujourd'hui aux artistes de nouveaux instruments de création. Mais ce qui est sans doute le plus important, c'est la transformation de notre environnement chaque jour un peu plus dans ce sens et notre rapport d'ajustement sans cesse en évolution avec une réalité mouvante. Ce qui exige une remise à jour permanente de nos perceptions pour appréhender le monde dans lequel nous vivons.

Dans ce registre, l'artiste a quelque chose à dire, quelque chose à faire. L'apparition successive au cours des âges, des techniques de transformation des matériaux, puis des techniques de maîtrise de l'énergie et maintenant des techniques de l'information a engagé l'être humain dans de successives et multiples formes d'expressions. La sensibilité contemporaine se trouve modelée à travers de multiples canaux par de multiples médias. Une certaine notion d' " art en soi ", qui prévalait précédemment, est remise en question. L'artiste d'aujourd'hui et plus précisément l'artiste de la communication, réintroduit dans sa fonction anthropologique originelle l'esthétique comme système de signes, de symboles et d'actions. Une nouvelle esthétique est en train de naître : l'Esthétique de la Communication.

Le mot artiste, lui-même, nécessite des ajustements dans une société en mutation. Les rôles, les moyens, la sensibilité qu'ils désignent évoluent. Ce mot doit être débarrassé de connotations idéologiques qui le lient encore dans notre esprit à une vision romantique et anachronique de l'art. S'il y a eu toujours un décalage au niveau politique et éducatif entre la " culture acquise " et la " culture qui se crée ", celui-ci ne fut peut-être jamais aussi marqué que dans l'époque que nous vivons à l'ère de l'ordinateur et de la télévision. Saisi de vertige et d'angoisse devant un monde dont il ne maîtrise pas le changement, l'homme a tendance à se réfugier dans le passé.

L'artiste refuse ce repliement. Il assume le présent, s'efforce d'en explorer les possibles.

L'artiste est aussi un homme et un témoin engagé dans l'aventure d'une époque. Il ne peut ignorer, il ne peut échapper aux transformations radicales qui la secouent. Sa qualité d'artiste le place devant la nécessité impérative d'en saisir le " sens " et d'en formuler les " langages ". Son propos n'est pas, bien sûr, de défier l'homme de sciences et des techniques sur ses propres terrains.

Cela serait naïf et stupide. Son propos, d'une façon plus modeste, consiste plutôt à utiliser, voire à détourner, les nouveaux instruments de connaissance et d'action pour tenter d'élargir les horizons de notre perception, de notre sensibilité, de notre conscience afin de renouveler nos codes, notre façon de voir, de sentir, de comprendre. Par là même, de participer aux remises à jour indispensables qui permettent à l'individu de situer sa place, ici et maintenant, dans le monde. Certes, l'entreprise n'est pas de toute facilité.
" Si pour l'artiste, sa tentative est de communiquer à propos des éléments inconscients de sa performance, il se trouvera alors sur une sorte d'escalier roulant dont il essaierait de communiquer la position, mais dont la vitesse de mouvement sera elle-même une fonction de ses efforts pour la communiquer. Apparemment, sa tâche est impossible, mais comme on le sait, certains y parviennent fort bien " (6).

La notion de relation joue un rôle de plus en plus important dans les courants de la pensée contemporaine. La sociologie contemporaine dans son ensemble fait une large place à la notion de relation lorsqu'elle analyse la société comme une totalité, comme un système complexe de relations et d'interactions et non plus comme un corps isolé et inerte.
L'idée de relation n'est cependant pas seulement présente à l'intérieur de chaque science, elle est également au centre d'une interrogation portant sur l'ensemble des sciences, et, au delà des sciences, elle interroge la vie elle-même. L'individu est pris dans un réseau serré et complexe d'interdépendances formant la boucle d'un continuum où rien n'est étranger à rien ! Cette idée a pris, à l'heure actuelle, diverses sciences et elle imprègne notre sensibilité. L'art ne saurait rester tenu en dehors du concept de systémique. L'idée de relation et de communication marque notre époque. Des champs de recherche tels que la cybernétique, la théorie de l'information, la théorie des jeux, la théorie de la décision, sont naturellement liés aux préoccupations des artistes particulièrement attentifs et réceptifs aux " ondes " de leur époque.
Si les concepts de " totalité, de somme, de mécanisation, de centralisation, d'ordre hiérarchique, d'état stationnaire stable, d'équifinalité " (7) ... se retrouvent dans différents domaines de la science naturelle et aussi bien en psychologie qu'en sociologie, pourquoi ne se retrouveraient-ils pas sous une forme ou sous une autre, transposables dans le domaine des arts. Replacer l'art, aujourd'hui, dans les systèmes situés aux divers niveaux d'organisation de la réalité, en faisant sauter les cloisonnements disciplinaires, me paraît une tâche nécessaire et à la fois inévitable. L'artiste, dans notre société, habite une multiplicité d'espaces et de temps spécifiques. Sa vie et son activité sont faites d'un réseau complexe où tout circule en tous sens sur des schémas de connexions diversifiées.

Aujourd'hui, ce sont ces connexions qu'il devra exprimer. Aussi, la vitesse, la nature, le rythme, les flux, les données qui le traversent, qui nous traversent, avant que de se préoccuper de " contenus ". Pas toujours reconnu comme une valeur première dans noter société utilitaire, l'art a aussi ses droits et ses exigences, au même titre que les sciences, les technologies, la politique. S'il me paraît nécessaire de développer quelques considérations sur les rapports qui lient l'art à son entrée dans une société informatisée, mon propos ne sera pas de traiter de problèmes particuliers comme ceux, par exemple, de l'image numérique avec ses incidences sur la création, la fabrication, la production et l'économie qui en relève, mais de rester à un plan plus général ; plus philosophique en quelque sorte. Il me paraît nécessaire d'insister sur des effets relationnels dont ont n'a pas encore toujours conscience et dont le monde des arts va se trouver directement atteint.
Après avoir vécu dans des sociétés de production, nous voilà maintenant introduits dans la société de communication. Certes, si l'électricité et l'informatique aujourd'hui fournissent déjà aux artistes de nouveaux instruments de création, il faut remarquer de la part du corps social une grande résistance à tout changement. Résistance sensible dans les circuits spécialisés de l'art et ses institutions où sévissent des mentalités qui datent souvent d'un autre siècle.

Quelques artistes, en dehors du marché, n'en poursuivent pas moins avec obstination une recherche fondamentale malgré des modes artistiques rétro qui prônent un retour inconditionnel à la peinture.
En privilégiant le pigment pictural, le marché de l'art actuel répond uniquement à des impératifs économiques à court terme. Il faut bien des objets tangibles pour alimenter le commerce de l'art. Les circuits marchands de l'art n'ont pas trouvé encore d'astuces pour intégrer d'autres types d'information que tangibles et matérialisées à leur marchandise capitalisable.
Si l'information boursière téléphonée est déjà devenue pour les agents de change un " objet " économique en soi, au même titre d'ailleurs que certaines communications érotiques tarifées pour quinze minutes (8), le poète, et a fortiori le peintre, auront beaucoup de mal à monnayer leur production sous cette forme... Cela tient au fait que l'art, contrairement aux sciences appliquées et aux pratiques économiques, n'a pas de point d'application réel dans la vie sociale et quotidienne. Il accuse donc du retard! Il est considéré, hélas, la plupart du temps, comme pur " ornement ". La " pression " de notre environnement n'est pourtant pas sans incidences sur le type même et la nature de la production artistique. Malgré la lenteur d'adaptation des circuits de diffusion et de consommation de l'art, une évolution notable s'est manifestée. Différentes étapes ont été franchies, nous faisant passer successivement de l'esthétique de l'image à l'esthétique de l'objet, puis à l'esthétique du geste et de l'événement (happening). Cette trajectoire témoigne d'une lente " dématérialisation et désintégration " de l'objet d'art (9).
Dans la pratique de l'Art Sociologique dont j'ai proposé les actions dès 1967 et les premiers principes en 1969 (10), le concept de communication constituait déjà le noyau central. J'ai toujours considéré le terrain de l'activité sociale comme le champ qui pourrait être élargi et exploré à l'aide de nouvelles technologies de communication. Cette option déroute les tenants d'une conception esthétique figée qui ne sont pas en mesure de saisir l'articulation, pourtant évidente, entre ce type de pratique, le concept d'art, et le rapport avec une société en mutation. Nous sommes conduits à poser la question de savoir où se situent les frontières de l'art. Bien malin qui le dira. Il n'y a pas de frontière. L'art est une attitude, une façon de se positionner vis-à-vis des choses plus qu'une chose elle-même! Il y a une esthétique du comportement, une esthétique du gestion comme il y a une esthétique de l'objet Il faudra maintenant compter avec une nouvelle catégorie: l'Esthétique de la Communication. Les supports de cette esthétique sont souvent immatériels, sa substance relève de matériaux impalpables qui appartiennent aux technologies de l'information. Information dont les signaux électriques tracent au dessus de nos têtes, dans le ciel, des configurations invisibles, fulgurantes et magiques.

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION ET ETAT DE L ART DANS NOTRE SOCIETE

Le rôle de l'artiste, c'est de donner à sentir ce que les autres, dans le même moment, ne perçoivent pas encore. L'artiste de la communication va tenter de traduire la nouvelle réalité du monde dans un langage transposé dont il établira les codes. Dans un nouveau domaine d'expression qui échappe aux moyens plastiques traditionnels, il va se trouver confronté au réel problème des moyens d'intervention pour constituer un langage. Son langage. Il devra résoudre la difficulté de lisibilité des signes qu'il utilise dont l'alphabet n'est pas reconnu, ni le répertoire définitivement fixé. L'histoire de l'Art nous apprend que toute tentative d'introduction de nouveaux signes s'accompagne toujours d'une forte odeur de scandale. Dada et les premières manifestations néo-Dada des années 60 ont dû jouer sur la transgression des interdits et sur l'introduction de nouveaux moyens d'action pour l'exploration de champs nouveaux. L'étendue des domaines embrassés et le caractère tout à fait étranger au domaine des signes plastiques sur lequel s'exercent désormais certaines pratiques conduisent les artistes à devoir inventer entièrement des langages pour un type d'expression autre. Ce sont de nouvelles formes d'art qui doivent s'inventer aujourd'hui pour être en adéquation avec la sensibilité contemporaine.

En s'en tenant presque exclusivement à la manipulation du pigment pictural, le plus grand nombre des artistes actuels font preuve d'une étonnante passivité devant la variété des supports nouveaux et les situations que leur procure la vie contemporaine. Ils semblent se contenter des voies déjà toutes tracées que leur offre une tradition sans surprise et les conventions du milieu. Peut-on imaginer cette même passivité chez Picasso qui aurait connu dès sa jeunesse les satellites, la vidéo et la télématique ? Ce maintien étroit sur des domaines parfaitement délimités, et largement explorés par ailleurs, constitue une attitude surprenante. Une attitude qui s'accorde mal avec l'idée de recherche, l'idée d'expérimentation, l'idée d'aventure et de découverte qui se manifeste dans d'autres secteurs de l'activité humaine. Des secteurs qui font preuve d'esprit de renouvellement, où les rythmes de changement au contraire ne cessent de s'accélérer. Un tel phénomène mérite toute notre attention. Il constitue à mes yeux une situation sociologique très particulière qui exige élucidation. Je ne me souviens pas que cette situation ait suscité et nourri les commentaires et les réflexions de quelque commentateur de bon sens. Tout le monde semble chloroformé dans ce milieu. Je voudrais bien comprendre le pourquoi d'un tel décalage avec l'esprit du temps. Cette trompeuse stabilité, cet étonnant conformisme des créateurs, cet immobilisme des arts plastiques me donnent le vertige. La situation dénote d'une grande emprise du pouvoir marchand sur les contenus eux-mêmes de la création par une manipulation subtile du marché. L'extrême confidentialité du circuit qui fonctionne en vase clos rend possible ce conditionnement car les centres de décision se répartissent entre un nombre très restreint d'individus. La peinture en est réduite aux épigones de l'expressionnisme. Les derniers produits de la " Transavanguardia " ou de la " Badpainting " que l'on s'est efforcé de nous présenter comme des " révolutions " picturales de première importance dans le domaine de l'art nous paraissent bien dérisoires en regard des innovations et des bouleversements qui marquent notre époque dans d'autres domaines. L'esprit de création souffle aujourd'hui ailleurs; et c'est dans cet ailleurs que se repère le monde qui nous est sensible, que se forge l'esthétique qui sera l'esthétique de notre temps. De la physique moderne aux techniques de l'exploration spatiale, en passant par la biologie, la génétique, l'intelligence artificielle, l'informatique, le développement des communications et la pensée écologique, c'est là, sans aucun doute, que réside la sensibilité moderne bien plus que dans les productions conditionnées de l'art.

Nous posons encore la question : Pourquoi se passe-t-il si peu de choses dans la sphère de l'art contemporain et le micro-milieu des arts plastiques alors que tout bouge autour de nous ? Que tout bouge autour de nous et que se prépare, comme mille signes l'annoncent, une nouvelle science, une nouvelle société, une nouvelle culture ?

La création produite et reconnue à l'heure actuelle n'est manifestement pas le reflet de notre sensibilité moderne.
Ce qui se fait de véritablement novateur n'est pas encore pris en compte par les circuits institués de l'art. Cela tient aussi au fait que pour des raisons économiques et parce qu'il n'a pas accès à des technologies sophistiquées et onéreuses, l'artiste est tenu en marge des instruments de la création actuelle. Il en est toujours réduit, de quelque manière, à une pratique artisanale! Il est totalement tributaire d'un milieu et de circuits dont la préoccupation majeure, pour ne pas dire unique, reste le profit à court terme. D'entrée de jeu, il se voit dans l'obligation impérative de positionner sa sensibilité et son expression dans un registre déterminé par les conditions idéologiques et économiques imposées par ses commanditaires qui sont aussi ses " inventeurs ". Contrairement aux chercheurs des disciplines scientifiques, il ne bénéficie pas d'un statut qui lui donne les moyens de sa création. Si notre société tolère les artistes à la rigueur, elle ne reconnaît pas encore leur fonction comme une fonction nécessaire à la collectivité, à son équilibre, à son épanouissement, à son devenir. Le problème est bien un problème de valeurs.

Fred Forest, « Manifeste pour une esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », pp.7-16 ; page 10/23

Je ne conteste nullement que certaines formes de sensible puissent transiter aujourd'hui par les circuits institués de l'art. Mes réserves portent sur l'adéquation entre ces productions et la sensibilité spécifique de notre époque. Nous constatons que de tels produits fabriqués par l'artiste, promotionnés par les musées, commercialisés par les galeries, réussissent sous forme de tableaux ou d'objets à convertir la sensibilité en marchandise. Pour entrer dans le circuit, ces œuvres doivent nécessairement répondre à certaines conditions: elles doivent pouvoir se regarder, se toucher, s'accrocher sur un mur ou se poser sur un socle, s'échanger ou se vendre à tout moment. Dans le circuit de l'art d'aujourd'hui, est reconnu comme art, et par extension dans notre société, uniquement des objets qui répondent à ces critères. La " Performance " ou la " Vidéo " jouissent d'un statut plus flou et aussi plus précaire. Bien souvent, elles ne sont reconnues finalement que comme faire-valoir à des produits de première catégorie.

Il y a antinomie irréductible entre les exigences économiques et l'expression d'une sensibilité qui ne peut se virtualiser par des objets. Les tableaux, les sculptures, les objets divers d'art, présentent certaines propriétés qui en facilitent le commerce. Par contre, la nature même de leurs supports est impropre à traduire le monde sensible d'aujourd'hui. Cela tient au fait incontournable que leur structure matérielle constitue une frontière infranchissable qui limite irréductiblement la capacité d'expression, notamment pour restituer des formes de sensible relevant de l'Esthétique de la Communication. Le support d'expression détermine inévitablement le contenu de l'expression. En conséquence de quoi nous affirmons que le médium peinture-tableau est impropre à traduire cette sensibilité spécifiquement contemporaine. Nous avons vu précédemment comment l'artiste plasticien se trouve enfermé dans des contradictions inconciliables entre le fonctionnement du marché et sa vocation naturelle à faire reconnaître le sensible d'aujourd'hui. Le fonctionnement du marché ne soulève pas seulement une question d'ordre économique. Ce qui est plus grave, c'est qu'il fonde et régit également le système de reconnaissance et de valeurs de notre société.

Force est de constater, en fonction des raisons qui viennent d'être évoquées ici, que la création produite et reconnue à l'heure actuelle n'est pas, dans son ensemble, le reflet d'une " sensibilité moderne ". Cette sensibilité pourtant est partout présente autour de nous, elle imprègne notre quotidien, elle guide nos actes. La situation qui domine dans les arts plastiques témoigne plutôt à travers les produits qu'elle génère, puis qu'elle légitime, d'une sensibilité de savoir appartenant à une culture du passé qui s'éteint doucement.

De ce point de vue, le domaine des arts est en retard sur d'autres secteurs de le pensée et de l'activité humaine où l'on œuvre déjà sur des concepts, des bases, des données qui sont partie intégrantes d'un nouveau présent. Dans un contexte où la peinture n'était devenue qu'un jeu tautologique stérile de références, il n'est pas étonnant que l'on ait crié au génie devant les premiers venus qui avaient le culot de cultiver la maladresse et d'exalter une spontanéité de circonstance. Mais là encore, rien ne restitue la sensibilité spécifique de noter époque d'une façon pertinente. Nous demeurons en vase clos. Je m'étonne que cette situation paradoxale dans laquelle se trouve la création plastique actuelle n'ait pas fait l'objet de la réflexion avisée de ceux dont c'est pourtant profession de réfléchir sur l'art. Au contraire, cette situation s'avère complaisamment entretenue par une cohorte de critiques et d'universitaires. Je ne crois pas qu'il soit un autre domaine des arts, littérature, théâtre, architecture, cinéma, qui soit si caricaturalement coupé delà réalité de notre temps.

L'absurde règne en maître. Pas un enfant n'est là pour proclamer que "le roi est nu ". La multi-nationale culturelle tourne apparemment satisfaite de son ronronnement, et des ses profits, les artistes font le forcing pour produire une marchandise et un matériel inadaptés aux exigences de notre sensibilité moderne dont la promotion est assurée à grands frais par les musées. Des musées qui multiplient les expositions pour la plus grande satisfaction des dix mille personnes dans le monde qui se sentent concernées. Dix mille personnes, ça ne fait jamais, (même si elles sont de qualité...), la " sensibilité d'une époque ". Rien n'est jamais définitivement joué : trois galeristes et un critique décident, comme d'habitude, de quoi sera fait l'art de demain. L'investissement est décidé par un échange de télex qui transitent par Bâle, New-York et Milan... Ca y est, le monde de l'art s'y met, il rentre enfin dans l'Esthétique de la Communication!

Fred Forest, « Manifeste pour une esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », pp.7-16 ; page 11/23

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION PARTICIPATION INTERACTIVITE ET SYSTEMES ARTISTIQUES.

Dans les systèmes rétroactifs et d'échanges mis en œuvre par les artistes de la communication, il faut signaler la notion de participation du public qui prendra à mon avis dans le futur une importance grandissante. Cela pas du tout, comme on l'avait d'abord imaginé dans les années 70 sous forme d'une relation collective et nécessairement physique. Types d'actions nourries de bonnes intentions qui basculaient vite dans des contextes d'animation sociale dont certains artistes ne sont jamais revenus... Je pense à des formes de participations plus élaborées. Des formes de participations s'effectuant à travers des structures multi-média d'échanges d'informations mises en place par l'artiste présent comme concepteur du dispositif et éventuellement comme acteur-animateur du réseau constitué. La notion de feed-back et de rétroactivité avancée par la cybernétique a déjà trouvé des applications en quittant le domaine des sciences pour rejoindre nos pratiques les plus courantes de la vie quotidienne. Ce sont de telles pratiques qui finalement alimentent notre sensibilité d'aujourd'hui et contribuent à la former. Cette sensibilité moderne tellement absente, à notre sens, de la scène opérationnelle des arts plastiques.

" La mise en forme traditionnelle est abolie. Une tendance se manifeste vers une culture plus globale, où la distinction entre les catégories de la science et la catégorie artistique de la créativité perd son sens. Une nouvelle définition de ces relations triangulaires suscitent nécessairement une nouvelle pensée esthétique... C'est un nouvel art qui est en train de naître, fondé sur les aspirations et les besoins créatifs de l'homme et qui, par conséquent, englobe son environnement : c'est un art qui permet de dépasser le stade de l'art conceptuel comme celui de propagande... Malgré la diversité de ses origines et de ses modes d'apparition, l'art d'environnement présente une unité d'orientation. Il tend implicitement à une dimension plus large, qui serait celle d'un " espace sociologique " authentique, une aire privilégiée d'investigation " (11).

Cet espace sociologique évoqué par Frank Popper est un espace que les protagonistes de l'Art Sociologique se sont employés à explorer et à ratisser dès les années 1967 (12) et d'une façon continue à partir de 1974 sous l'impulsion des membres du Collectif Art Sociologique. Cette notion d'espace était liée il y a encore quelques années à l'idée d'une représentation physique circonscrite géographiquement. La multiplication des médias de toutes sortes et leur usage généralisé nous induisent aujourd'hui à un concept plus " abstrait " de cet espace. C'est l'espace de " rencontre " sur le support de communication. C'est l'espace de la communication sociale créé par tous ces supports technologiques superposés à notre espace physique. Idée d'un immense réseau au maillage serré constitué par un filet invisible où transitent nos messages, s'échangent nos émotions. Filet où se nouent de nouveaux types de relations entre les êtres humains, nous offrant une " réalité " supplémentaire. Espace de médiatisation qui de plus en plus s'impose comme un terrain nouveau et privilégié de nos relations. Surface de dialogue arraché au néant par les technologies de communication comme les polders l'étaient sur la mer. Champ privilégié de l'interactivité. C'est la notion même d'environnement qui tend maintenant à se " dématérialiser " et à apparaître comme un terrain de " tangibilisation " de nos relations par l'information. Cette forme plus abstraite de notre environnement n'en reste pas moins très réelle dans nos représentations comme dans notre vécu. Le seul nom d'environnement avait tendance à nous renvoyer exclusivement à une perception physique de ce qui nous entoure. Notamment à l'architecture. Aujourd'hui, cette notion évolue et la notion d'espace est associée de plus en plus dans nos représentations à l'idée d'environnement informationnel.

Fred Forest, « Manifeste pour une esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », pp.7-16 ; page 12/23

ARCHITECTES ET ARCHITECTURE DE L'INFORMATION

Les artistes ont de quoi défricher dans cet espace encore vierge pour eux. Il leur reste à contribuer par leur pratique, leur réflexion et leur imagination à la mise en place des premières bases d'un art fondé sur la communication. Un art de la communication irrigant les réseaux du flux des données de l'imaginaire. L'artiste de la communication utilise le téléphone, la vidéo, le télex, l'ordinateur, le photocopieur, la radio, la télévision... Il ne se contente pas de les utiliser un à un, séparément; il les organise en systèmes et en dispositifs. C'est là, désormais, que se trouve mise en jeu sa capacité de créer et d'inventer. Il compose des configurations données, des réseaux plus ou moins complexes dans lesquels il positionne des moyens d'émission, des moyens de réception multi-média qu'il organise en systèmes interactifs. Il anime ces systèmes. L'artiste de la communication devient une sorte d'architecte en informations. Il envisage des processus dans une relation interactive de participation avec des partenaires interchangeables.

Des " figures " ou des " architectures d'informations " se font et se défont qui peuvent, aussi, à un moment donné, faire l'objet d'une " photographie " qui les fige et les arrête. Les points d'appui de son réseau ne sont pas des points fixes uniquement techniques ou formels ; il sont ancrés et directement branchés sur le tissu social. Les techniques d'information facilitent les interférences entre des secteurs cloisonnés. L'artiste peut espérer pour la première fois se manifester maintenant dans d'autres champs que ceux qui lui étaient autrefois impartis limitativement. Il est très probable que cette idée force de " mise en relation " qui marque la pensée et les pratiques de notre époque gagne aussi la préoccupation des artistes et apparaisse dans leur création d'une façon de plus en plus significative dans les années à venir.

La surmultiplication des médias visuels et leur inflation expansive productrice d'images contribuent paradoxalement, sinon à la disparition de l'image et de son esthétique, du moins à sa dévaluation. C'est ainsi que peut s'expliquer un déplacement vers de nouveaux comportements perceptuels latents dans la société que l'artiste de la communication va s'efforcer d'intégrer au champ de l'art et d'organiser dans le cadre nouveau de l'Esthétique de la Communication qu'il propose.

" Et quand l'image eut envahi le monde jusqu'à le sursaturer, ceux qui avaient la fonction de produire des images les plus signifiantes et les plus riches n'ont d'autres alternatives que de disparaître ou de déplacer le champ de leur pratique. C'est ce qui explique que les créateurs d'aujourd'hui aient moins besoin de produire de nouvelles images que de savoir qu'en faire, en interrogeant leur pouvoir de communication et de relation. À ce stade du développement culturel, l'œuvre d'art ne peut que changer de fonction. Désormais, elle doit moins véhiculer une conception ou une idéologie qui lui sont extérieures qu'imposer une interrogation sur son statut, de ses composantes et de son pouvoir relationnel. Quant les médias ont sorti l'image de l'exemplarité des modèles des muses, les artistes ne peuvent plus que faire son procès, la relativiser... La question du relationnel dans l'art va donc se poser autrement... " (13).

La conception de l'œuvre conçue comme structure ouverte d'Umberto Eco (14), introduisait, déjà, les notions de système, d'aléatoire, d'implication du spectateur dans le processus de communication proposé par l'artiste.

Dans le nouveau rôle que s'attribue l'artiste de la communication, il ne se présente plus comme un " fabricateur " d'un objet matériel, mais fonde sa démarche sur la relation particulière, spécifique et originale, qu'il établit entre lui-même, le (les) spectateur (s) et l'environnement. Il faut insister, ici, par souci de clarification sur le fait que cette démarche ne saurait être assimilée à des types ce création relevant de l'art conceptuel. Certes, l'artiste de la communication s'appuie, aussi, sur une idée singulière, mais celle-ci n'est pas offerte en tant que telle pour sa " beauté " pour ainsi dire abstraite dans une mise en scène formelle qui s'adresserait uniquement au destinataire bien ciblé du musée ou de la galerie. Les oeuvres qui relèvent de la sphère de communication et qui se réclament de son esthétique, donnent lieu à la mise en place opératoire et concrète d'un système fonctionnel matérialisé, même si, réparti dans un espace extensible, l'ensemble du système n'est pas préhensible dans sa totalité à première vue.

L'observateur pourra toujours constater la présence de certains éléments (physiques), signes (visuels et auditifs) qui l'introduiront par projection mentale à reconstituer la vision globale. Représentation de la position et disposition les uns par rapport aux autres de ses différents éléments dans un espace qui a lui-même ses différents niveaux de réalité (espace géographique, spatial, social, communicationnel). Représentation du flux des informations et de leur configuration dans les mouvements qui l'animent.

En proposant des systèmes de communication comme " œuvres " à saisir dans leurs fonctions et leurs mouvements, l'artiste de la communication prétend tout simplement modifier nos habitudes de perception; prétend incider sur nos comportements perceptifs et l'interprétation même de l'art.

" Les psychologues transactionnels ont démontré que la perception n'est pas passive, mais apprise et en fait hautement structurée. Elle constitue une véritable transaction à laquelle le monde et celui qui le perçoit participent tous deux. Une peinture ou une gravure doit donc être conforme à la Weltanschauung de la culture à laquelle elle fait adresse et aux structures perceptuelles de l'artiste au moment de la création de l'œuvre. Les artistes savent bien que la perception est une transaction; et en fait ils considèrent cela comme évident. L'artiste est à la fois un observateur et un communicateur. Sa réussite dépend en partie de sa capacité à analyser et organiser les données perceptuelles en des formes significatives pour son public " (15).

Désormais, concepteur de système d'échange d'information qu'il réalise et anime dans l'espace social de communication, l'artiste change de statut. Hier, d'une façon artisanale mais quelques fois aussi industrielle, il " fabriquait " des objets; aujourd'hui, l'art se dématérialise définitivement: il " produit du service ". Cette évolution s'accorde parfaitement à la courbe d'une évolution de la société qui l'a conduit en quelques décades d'une société de production à une société d'échanges. L'art pratiqué par l'artiste de la communication est un art d'organisation, un art qui désormais est plus attentif aux fonctions qu'aux objets.
Nous signalons les apparitions successives dans l'histoire de l'humanité des techniques de transformation des matériaux, des techniques de l'énergie, aujourd'hui des techniques de l'information. Ces différentes étapes sans conteste possible ont conditionné la nature de certaines formes d'art à un moment donné et continueront de les conditionner. La plus récente, la technique de l'information, ne produit plus d'objets mais des informations. Des informations organisées en messages et des situations " communicationnelles ". L'art devient émission, réception, agencement, détournement d'informations et de messages. De ce fait, il jette les bases de la nouvelle Esthétique de la Communication, et constituer une réflexion su la nature, la circulation et la mise en représentation des messages dans la communications sociale de notre temps.
L'évolution des sociétés avancées, avec leurs technologies avancées, a fait apparaître un mouvement de conversion continu vers le secteur tertiaire opposé aux tâches de transformation de la matière. Pour quelles raisons l'art échapperait-il à cette évolution qui affecte tous les autres secteurs de la société ? Par quel miracle ou quelle aberration mystérieuse échapperait-il aux sollicitations sociologiques, aux impératifs technologiques imposés par le contexte ? Les sociologues ont constaté que dans nos sociétés, plus de la moitié des actes des individus est consacrée à la communication et non plus à la transformation ou au transport de la matière... Dès l'instant où la population d'un pays donne une heure sur deux de son temps à la communication, il doit bien avoir dans la population de son pays une sensibilité correspondant à cette activité qui naît quelque part... C'est dans cette situation que se développe ce nouveau concept d'esthétique de la Communication qui a toutes les chances de s'imposer demain à la conscience de nos contemporains après avoir marqué leur sensibilité.

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION ET PHENOMENOLOGIE DE L'IMAGINAIRE CONTEMPORAIN

En centrant sa réflexion sur la communication et les systèmes d'échange, la recherche que j'esquisse ici comme prolongement de l'Art Sociologique suggère les bases d'une théorie qui reste à fonder.

Explorer et activer l'univers des médias de communication signifie en même temps construire la phénoménologie de l'imaginaire contemporain.

C'était le propos même de l'action " La Bourse de l'imaginaire - La Bourse du fait divers " réalisée au Centre Georges Pompidou en 1982 et de cette action Düsseldorf Presse -Agentur (imaginär inc!) " que je prépare actuellement. Il faut admettre, une fois pour toutes, que l'histoire et la genèse des configurations de l'imaginaire sont inscrites d'une façon indélébile dans les " technologies " dont notre perception est strictement dépendante. Aujourd'hui, donc, inscrites dans les " technologies " de communication. Comme nous l'avons déjà souligné le support n'est jamais neutre. " Les lions de Trafalgar Square auraient été des aigles ou des bouledogues, ils n'en auraient pas moins transmis le même message (ou message analogue) relatif à l'Empire et aux prémisses culturelles de l'Angleterre du XIXe siècle. Cependant comme le message aurait été différent si les lionsavaient été en bois ! " (16).

CIRCULATION DES MESSAGES

Le message de l'artiste n'est pas seulement subordonné au médium qui le véhicule; il est également dépendant du système d'échanges ou médium social dans lequel il circule. C'est pourquoi nos actions s'efforcent de faire circuler ces " messages ", non seulement dans le " système d'art " mais les introduisent dans tous les canaux de communication praticables, dans tous les systèmes de communication sociale possibles... Cherchant les points d'intersection où les systèmes se recoupent pour créer des " effets de sens " par télescopage.

" Etre en face d'une " œuvre d'art " dans l'organisation du sens produit par les marchands, le musée, le collectionneur, c'est donc essentiellement et surtout, être en face du système d'échange et de sens qui la soutient. Par système de sens, il faut entendre aussi tous les systèmes réflexifs dans lesquels l'existence de chaque élément se trouve justifiée et légitimée uniquement par l'existence des autres éléments du système sans que, d'aucune manière, soit justifiée et légitimée la signification du système dans son ensemble, ni dans ses éléments particuliers. C'est bien pour cela, qu'une fois admise la fonction constituante et dissolvante effectuée par le média et par le système d'art dans son rapport au message artistique, l'artiste détache alors complètement son intérêt des messages, pour le reporter justement sur les techniques et les mécanismes sociaux qui le génèrent. Ce qui veut dire qu'au lieu de s'attarder encore sur les informations et les significations comme a fait, ou a cru faire, la recherche artistique jusqu'à ce jour, l'artiste se trouve maintenant en position de devoir thématiser, investir et représenter une communication sans information et des systèmes de sens sans signification. Le problème abordé ici ne concerne pas seulement la production artistique, mais l'univers entier de la communication ainsi que la totalité des systèmes d'échange. Tout, en effet, peut être sujet à une investigation et à un traitement de caractère esthétique: le lieu de la pertinence d'une recherche esthétique s'élargit considérablement, désormais, et se propage aux médias technologiques comme aux médias sociaux. Le Collectif d'art Sociologique ainsi que certains représentants de l'Art Conceptuel, voire de la Post-Avant-Garde, ont déjà travaillé, d'une certaine manière, sur des données relatives à la communication et aux systèmes " (17).

Après les rôles d'activation et de conscientisation qui ont toujours été des axes fondamentaux de l'art Sociologique, il me semble, sans abandonner la pratique sociale, que l'art devrait maintenant s'attaquer plus résolument aux problèmes de " communication " et s'attacher à mettre en évidence les aspects formels et fonctionnels qui lui sont inhérents.

En dehors de ma participation ponctuelle au sein du Collectif d'Art Sociologique entre 1974 et 1979, une grande partie de mon activité personnelle a été consacrée depuis toujours à cette recherche.

1985 Manifeste de l'Esthétique de la communication (par Fred Forest)
Fred Forest, « Manifeste pour une esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », pp.7-16 ; page 15/23

PRATIQUE ARTISTIQUE DE LA COMMUNICATION, ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION ET PRODUCTION DE SENS.

Par mes actions et interventions artistiques, par les dispositifs, signes et systèmes de signes que je mets en place, j'ai tenté (et je tente encore) de produire du sens. Cette production de sens, c'est je crois à la fois la raison d'être et la justification de toute activité artistique. Cette production s'est manifestée (et se manifeste encore) par la confection d'un certain nombre de " messages ". La nature, la substance et la consistance de ces messages est très complexe, du fait de leur hétérogénéité. Quelquefois, le message est constitué par l'action globale, quelquefois par certains de ses développements particuliers, quelquefois encore par des facteurs extérieurs à mon propos qui s'y trouvent automatiquement intégrés…

Une chose est sûre: il s'agit, dans chaque cas, pour moi, d'élaborer un métalangage (quels qu'en soient le médium et la forme utilisée) qui se plaque sur le discours dominant de la communication, pour mettre en œuvre une pratique de brouillage, de détournement des codes dominants de la communication, ou de perturbation de champs spécialisés de cette communication. Cette pratique passe nécessairement par l'appropriation des moyens de transmission des messages, d'un travail sur le média, média par média, et sur le système de sens d'ensemble. En fait, mon but vise à créer, chez le destinataire plausible des états d'incertitude. Par exemple, en m'employant à faire passer dans les mass-médias des messages structurés de telle sorte qu'ils se contredisent (ou contredisent les messages avoisinants par contiguïté dans l'espace ou dans le temps) pour engendrer une rupture, un paradoxe, un questionnement. Chacune de ces situations de communication provoquée incitant les destinataires touchés à rechercher un ordre, une structure qui aient un sens pour lui. Stimulant son imaginaire, appelant sa participation, voire sa complicité par la transgression délibérée du code que je lui propose.

Le travail artistique que j'ai engagé est bien un travail sur la communication elle-même. Je peux même ajouter que c'est sa capacité de métacommunication, c'est-à-dire de communiquer à propos de la communication qui en constitue le caractère fondamental et spécifique.

Le stimulus esthétique de toute œuvre ne peut être isolé d'un contexte qui fait intervenir des données culturelles, des règles admises, des conditions environnementales diverses... Son " signifié " : multiforme est dépendant directement de ces facteurs. Il est dépendant, aussi, des dispositions individuelles de chaque récepteur. Le processus de compréhension étant transactionnel, il en résulte que la naissance du plaisir esthétique est directement liée au degré d'ouverture de chacun d'entre nous. Si cette règle d'ordre général vaut pour toutes les œuvres d'art, il se trouve qu'elle devient explicite dans la pratique de communication mise en œuvre par certaines formes d'art actuel et notamment dans celles que j'essaye moi-même d'expérimenter. La primauté de la structure médiatique sur les contenus dans la communication contemporaine est un fait qui a été mis en évidence dans toutes ses implications par Marshall Mc Luhan. Sur ce point, on a pu lui reprocher un jugement catégorique qui mériterait, sans doute, d'être nuancé. Cependant, il faut bien remarquer dans les comportements des jeunes générations une pratique de la communication qui ne se fonde pas nécessairement sur la volonté d'échanger des " contenus " mais sur le besoin, plus fondamental, d'être connecté au réseau. Le contenu de la communication est paradoxalement la communication elle-même. Cette attitude répond certainement à une évolution des sensibilités. Sensibilité qui est elle-même modelée d'une façon complexe par des facteurs divers de notre environnement physique, psychologique, technologique contemporain. Dans l'art se pose également le problème des contenus. Dans la peinture analytique, c'est déjà le travail lui-même qui se donne comme l'essence signifiante de l'œuvre. L'objectif à atteindre reste la communication et l'analyse du processus de l'acte même de peindre. Analyse méthodique des éléments constitutifs dans toutes les combinatoires. Cette préoccupation se retrouve sous des formes différentes dans les recherches du Minimal Art comme chez les protagonistes du groupe Support-Surface. On assiste dans tous les cas à une réduction des contenus au profit d'une réflexion sur la relation entre éléments, formes et matériaux. L'œuvre ne renvoie qu'à elle-même comme la communication dans certaines de ses pratiques ne renvoie également t qu'à elle-même...

Pour ma part, j'aurai tendance à estimer que le message artistique est d'autant plus spécifiquement " artistique " qu'il est vide de contenu réel.. C'est au spectateur qu'il incombe, par un mécanisme mental, de reconstituer un message à son choix à partir des éléments qui lui sont fournis. De reconstituer dans toutes les variations des possibles le puzzle, en kit, qui lui est livré par l'artiste. À lui de fabriquer sa " chose ", d'opérer un choix de lecture, d'échafauder une interprétation satisfaisante à partir des signes qui lui sont soumis…

L'artiste de la communication ne se sent plus tenu à donner une représentation visuelle ou concrète à l'aide de matériaux quelconques de la réalité puisqu'il expérimente en prise directe sur le réel. Le spectateur a son rôle à jouer désormais dans la signification de l'œuvre d'art. L'environnement d'informations qui constitue l'univers quotidien de l'homme moderne l'amène dans une multitude de signes qui le bombardent à en sélectionner quelques uns à partir desquels il construit son propre réel. C'est dans la sphère de ce contexte informationnel familier que l'artiste de la communication placera les signes qu'il émet vers son destinataire. À charge de ce dernier de la repérer, de les identifier, de les mettre mentalement en relation et enfin de les reconnaître comme système porteur de sens. C'est seulement après toutes ces opérations que lui sera accordée l'ultime et suprême récompense: le plaisir esthétique !

Dans cette perspective, nous sommes en présence d'un nouveau type d'œuvre conçue sous forme d'une combinatoire d'informations programmées qui atteignent successivement le destinataire virtuel. Les conditions particulières de la performance avec la présence de l'artiste médiateur peuvent faciliter l'intégration de l'homogénéisation de ces informations mais hors sa présence, l'œuvre n'en doit pas moins rester repérable. Il suffira, uniquement, que le concept initial de réalisation tienne compte des conditions particulières de l'action afin d'y adapter les modalités adéquates. À défaut d'un contenu explicite, il revient à l'artiste, bien entendu, de prévoir et d'inventer un modèle, une architecture spatio-temporelle de signaux, qui rendront repérable et identifiable son action en tant que telle.

Le lien étroit entre réalité et communication est aujourd'hui une idée admise bien que récente. En effet, il est admis maintenant que c'est la communication elle-même, en quelque sorte, qui crée ce que nous appelons réalité. Les travaux de " l'école de Palo Alto " ont largement contribué à accréditer cette idée. Nous avions tendance à imaginer, précédemment, que la communication était uniquement la transaction par laquelle cette réalité pouvait s'exprimer, s'expliquer, s'échanger. Non la communication n'est pas un simple support de transmission.

La communication n'est pas une simple opération de transmission d'informations comme on avait l'habitude de le penser. Elle est bien plus que cela : à la fois le lieu même, et l'outil où se forge la réalité. L'objectif des praticiens de l'art a toujours consisté à travers des propositions fictionnelles diverses à nous donner à percevoir la réalité d'une façon " autre ". Ce qui est une certaine façon de fabriquer une autre réalité. Si la communication elle-même est génératrice de réalité, la multiplication, la diversification des moyens de communication qui caractérisent notre société constituent des facteurs de puissants changements dans l'élaboration de notre réalité contemporaine. Cela revient à dire que celui qui agit dans la communication est en quelque sorte quelque part fabricateur de réalité. Cela revient à affirmer que celui qui accède à la technologie de la communication a une possibilité de " modéliser " la réalité. Mais qui aujourd'hui a accès à cette technologie ? Certainement pas l'artiste et encore moins le citoyen moyen. Nous sommes sans illusions. Nous ne partageons pas l'optimisme excessif de Marshall Mc Luhan sur le sujet. La possibilité d'accès aux canaux de communication comme acteur reste encore entièrement déterminée par des conditions de pouvoir. Nous sommes encore bien éloignés de ce village planétaire mythique auquel nous rêvons tous faute de pouvoir le vivre... Il n'en reste pas moins que le rôle des artistes sera précisément de mobiliser toutes leurs énergies pour s'approprier, que ce soit par la force de l'imagination ou par ruse, de toues les nouveaux vecteurs de communication. Ces vecteurs d'expression et d'action où s'élaborent la formulation des langages et des idées propres à notre époque.

Fred Forest, « Manifeste pour une esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », pp.7-16 ; page 17/23

" Si la culture alphabétique a fait de nous en quelque sortes des " résistances ", sens électrique du terme, comme lieu de rétention de l'information pour la constitution du savoir aujourd'hui nous sommes devenus des " transistors " qui au contraire accélèrent l'énergie de l'information dans son transfert " (18).

L'essentiel maintenant, c'est d'être " branché " ou autrement dit " connecté ", "commuté ". Commuté au réseau pour se sentir au coude à coude en communauté avec les autres.
Avec l'Esthétique de la communication, nous sommes entrés d'une façon irréversible dans l'ère de la modulation, l'ère organisationnelle des échanges et des réseaux, l'ère de la mise en relation, l'ère de la caresse électro-magnétique. Toute création aujourd'hui relève d'une créativité au niveau des structures de communication et de leur mise en forme avant de relever de leurs contenus intrinsèques.

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION, PERCEPTION DE L'ESPACE ET DU TEMPS.
Les nouvelles technologies, même si cette idée heurte notre héritage humaniste, modifient progressivement nos systèmes de valeurs, nos systèmes de pensées, nos perceptions, notre sens du Temps et de l'Espace. Le propos de l'Esthétique de la Communication ne consiste à aucun moment d'une façon naïve à dresser un tableau apologétique exaltant la puissance technique. Contrairement à certains mouvements artistiques, notamment celui du " Futurisme ", l'Esthétique de la Communication signale l'attention sur ses dangers quand son usage se développe d'une façon tout à fait séparée de considérations éthiques, philosophiques ou sociales. L'Esthétique de la Communication se présente avec l'ambition de concourir à une nouvelle appréhension de la réalité et de favoriser une conception du monde qui nous porte vers des objectifs profondément spirituels. Au moment où la pensée orientale sous toutes ses formes exerce une fascination sur un nombre de plus en plus important d'individus, une élite agissante de savants révèlent que la pensée mystique fournit un cadre adéquat aux théories de la science contemporaine. L'imaginaire de l'homme et son interrogation tendue du sens de son existence sont identiques à ce qu'ils étaient depuis son origine. Ce sont toujours les mystères de la vie, de la mort, de l'amour, de l'angoisse, du plaisir, qui restent encore les grandes questions d'actualité; par contre, c'est la façon de poser ces questions qui devient différente. L'artiste contemporain se voit doté de nouveaux moyens d'investigation pour interroger l'inconscient collectif et pour lui donner formes. Les ressources de la technologie l'introduisent dans des zones inconnues qu'il lui appartient d'explorer. L'enjeu véritable de l'art contemporain se situe bien au-delà, maintenant, du statut de l'image et du statut de la forme. Il se joue autour du rapport que nous entretenons dans notre relation au monde avec ce que nous nommons communément Réalité. En arrière-plan, des comportements esthétiques qui évoluent en fonction de l'évolution des technologies, ce que proposent les artistes qui prennent en charge ces nouveaux instruments, c'est la constitution de nouveaux modèles anthropologiques.

Le Temps et l'Espace vont constituer demain " la matière première " de l'artiste. Comme il a travaillé au cours des âges, la pierre, le marbre, le bois ou le fer, il va maintenant s'efforcer d'imprimer sa marque à ces " immatériaux "... L'Espace et le Temps sont non seulement des concepts physiques qui tendent à évoluer considérablement à l'heure actuelle avec la progression des connaissances mais aussi des réalités sensibles à vivre. C'est sur ce terrain que se situe et que se légitime la pratique artistique.
Dans l'inconscient de l'individu occidental, la notion de Temps et la notion d'Espace sont indissolublement liées. Pour nous, occidentaux, il ne fait aucun doute que le Temps et l'Espace sont organiquement structurés. L'Espace avec ses trois dimensions s'impose comme une donnée immanente au monde.

Quant au temps dans son déroulement linéaire, nous l'accompagnons continuellement: le Passé derrière, le Futur devant, nous avançons dans le Présent. L'homme construit son horizon temporel sur un axe de progression dont les curseurs à la fois solidaires et mobiles délimitent ces trois zones distinctes. Cette conscience linéaire du Temps apparaissait, jusqu'alors, comme une donnée constitutive normale. Les nouveaux concepts avancés par les sciences comme l'utilisation au quotidien de nouvelles technologies risquent de remettre en question ces schémas mentaux... Nos " certitudes " acquises et fondées sur des données socio-culturelles antérieures nécessitent d'urgentes révisions.
La nouvelle structuration du Temps produit déjà des effets sociaux spectaculaires. Les cloches du Moyen Age sonnaient les heures, le chronomètre Taylorien ramenait la cadence de production à la seconde, le microprocesseur nous offre aujourd'hui la maîtrise de processus qui se mesurent en nanosecondes... La microélectronique se définit comme une autre structuration du Temps dont le découpage dépasse désormais le seuil de la perception humaine. Cela veut dire en clair que si hier, l'on pouvait écouter battre un chronomètre et observer le mouvement pendulaire d'une horloge, il nous faut aujourd'hui effectuer un bon prodigieux dans l'imaginaire pour comprendre le fonctionnement d'une calculette…
En structurant l'Espace physique, l'automobile nous a donné la possibilité de dominer les distances. Son apparition a bouleversé profondément notre environnement naturel, notre économie, notre mode de vie. Des transformations d'une portée encore plus radicale s'annoncent avec l'avènement de l'ordinateur. En effet, l'ordinateur nous colonise et, d'une façon irréversible, restructure notre Temps et notre Espace. L'ordinateur est en passe de réaliser prochainement la synthèse entre la pensée technique et la pensée symbolique. La machine à vapeur avait avantageusement remplacé les ressources physiques de l'homme ou l'animal, l'informatique et sa révolution amplifie les ressources intellectuelles de l'homme.

L'évolution actuelle des ordinateurs révèle que cette machine est finalement une machine qui va nous permettre, peut-être, de rejoindre nos plus grands mythes. De rejoindre nos plus grands mythes dans la mesure où elle va contribuer à repousser les limitations que le Temps et l'Espace ont toujours imposé à l'homme. Cette évolution des ordinateurs se traduit par sa montée en rapidité, c'est à dire en puissance avec son fonctionnement en temps réel. La possibilité de connexion des ordinateurs entre eux ainsi qu'avec d'autres machines anticipe sur la généralisation des réseaux télématiques et l'abolition de certaines contraintes de distance. La répartition des centres de décision et leur multiplication en conduisant à la " dissémination " de l'intelligence et du pouvoir laisse espérer d'autres formes de structurations socio-politiques. Nous assistons en fait, dans cette perspective, à l'émergence d'une nouvelle reconnaissance et conscience de l'individualité.
Les ordinateurs dits de la " cinquième génération " qui se profilent à l'horizon des années prochaines vont nous introduire dans l'univers inconnu de l'intelligence artificielle. Ils traiteront non seulement les données, chiffres ou lettres, mais aussi des " connaissances " en développant des raisonnements par déduction.
La difficulté à maîtriser un moyen d'expression, qu'il s'agisse du matériau pictural ou de la résistance du marbre, a toujours participé à l'enrichissement de l'acte créateur. L'enrichissement essentiel proviendra, moins peut-être, des facilités offertes à l'artiste par les ressources de l'informatique que des difficultés qu'elle leur imposera pour exprimer sa sensibilité, difficulté qui l'engageront sur des voies inédites.
Sommes-nous à l'orée d'une nouvelle Renaissance culturelle ? La télématique va-t-elle créer les conditions objectives d'une forme de convivialité " autre " à une échelle qui abolit les distances physiques ? L'acte de création dans tous les domaines se libère des contraintes spatiales et temporelles grâce aux transmissions à distance, à la convergence des données dans les systèmes de messagerie, aux consultations rendues possibles sans déplacement physique.. Il nous faut, aussi, prendre en considération que la puissance de calcul fantastique que nous offrent ces outils va donner aux artistes le pouvoir jamais égalé d'explorer à une rapidité inédite le champ infini des possibles que soulève le monde du rêve, l'imaginaire de la pensée humaine.

C'est cet aspect de la transformation de notre rapport au Temps et à l'Espace que privilégient les artistes qui revendiquent leur appartenance à cette communauté de sensibilité que constitue l'Esthétique de la Communication. Ils se sentent tous concernés, à travers des pratiques différentes, par des questions qui renvoient toutes aux dimensions spatio-temporelles et aux réalités chrono-topologiques. Des questions qui n'avaient jamais été aussi aiguës qu'aujourd'hui. L'accélération de nos possibilités de déplacement géographique, l'élargissement de notre capital informationnel, la réalisation de certaines expérimentations scientifiques sur le Temps font vaciller quelque peu nos belles certitudes mentales sur ce sujet et sur bien d'autres...
Ces failles ouvrent aux artistes l'opportunité historique de pratiquer une rupture dans les conventions de la représentation en les engageant sur la voie des phénomènes extratemporels qui sont véritablement la problématique basique de notre époque. C'est également dans cette même orientation que se manifeste les indices d'une convergence de la " sensibilité moderne " vers les sources profondes et ancestrales de la pensée religieuse, philosophique et mystique de l'orient. Force nous est bien de constater que l'ensemble de ces mutations induites par les systèmes médiatiques réorganise à notre insu l'ensemble de nos représentations esthétiques.

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION, ESPACE INTERIEUR, PRECEPTES ZEN.
Si l'homme moderne est à la recherche de la maîtrise de son univers physique, il est de plus en plus préoccupé de la conquête de son propre espace intérieur. Une telle préoccupation à travers certains signes s'affirme de la façon la plus évidente par une retour pendulaire sur le pôle individuel. Si les principes du Zen nous invitent par sagesse à renoncer à notre tentation de vouloir expliquer le monde, ils nous invitent à nous concentrer pour pouvoir le constater. Le constater pour avoir une chance de nous fondre en lui...

Pourrions-nous prétendre que c'est ce que fait, à un degré ou un autre sur le quai du métro, le voyageur qui fixe l'écran de contrôle du circuit fermé de T.V., au point d'en oublier de monter dans la rame qui aurait dû l'acheminer vers sa destination?

Constater le monde, un exercice auquel de plus en plus souvent nous convient les technologies de communication qui ont la possibilité de nous renvoyer à notre présent et de nous en faire prendre conscience par sa médiatisation instantanée. Nouvelles technologies dont les modalités de fonctionnement nous permettent en quelque sorte une réappropriation du temps et une " redécouverte " de notre Présent. Agissant comme prolongement de nos sens, les nouveaux médias effacent la pensée structurée et linéaire, dissolvent le concept, et nous induisent dans d'autres types de comportements anthropologiques. À leur manière, comme la médiation, ils instaurent des conditions spécifiques et privilégiées où notre relation au temps, à l'espace, à la matière, aux objets se trouve renouvelée. Les nouveaux médias ouvrent la voie à d'autres types de connaissance, à d'autres formes de conscience... En proposant une réflexion sur le Temps et sur l'Espace qui ne s'effectue pas à partir de discours et de théories, mais par des procédures originales et singulières, les artistes de l'Esthétique de la Communication tentent de nous faire saisir des faits immanents. Des faits immanents dans lesquels ils nous impliquent directement, s'efforçant de mettre en évidence notre rapport existentiel au monde. Ils nous proposent une exploration et une navigation aventureuses au sein d'un univers des télécommunications de plus en plus dense et complexe. Voyage vers cette terre promise où le temps des rythmes biologiques, le temps des horloges, le temps technique, le temps profane et le temps sacré se rejoignent pour se confondre et s'unifier dans un temps unique supra-sensible.
Le but de l'art vise aujourd'hui à nous rendre conscient d'un radical changement de nos comportements. Dans ce changement des comportements, l'artiste propose ses propres modèles. Ces nouveaux modèles ont pour fonction une plus grande connaissance de nous-mêmes. Les nouvelles technologies prolongent nos perceptions et prédisposent chaque individu, dans son vécu, à repousser les frontières pour atteindre les domaines du supra-sensible qui frémissent là, aujourd'hui, au bout de nos doigts...

Ce filet de plus en plus serré que tisse notre environnement communicationnel contribue à long terme à favoriser l'émergence d'une conscience globale qui tendra à se substituer à la notion typiquement occidentale de fragmentation individuelle. En facilitant une certaine synchronie, les nouveaux médias renforcent la conscience collective. L'homme moderne enveloppé par une sphère mouvante d'informations, doit trouver le tempo de sa propre partition pour réaliser son intégration harmonique au mouvement général.

L'Esthétique de la Communication témoigne de ce rapport harmonique et du plaisir qui en découle. Elle témoigne de formes nouvelles d'expressions propres à notre époque. Elle témoigne de formes d'art extrêmement diversifiées qui reposent toutes sur un concept fondamental: le concept de relation. Dans ces formes d'art, la notion d'intervalle constitue la notion de base déterminante. Nous sommes entrés dans la période des arts de l'intervalle.

Dans le contexte des rapports dynamiques mis en jeu, dans les échanges multiples et les combinaisons interactives proposées par l'artiste, c'est ce champ même circonscrit d'énergies qui constitue son objet premier.

Les formes d'art qui relèvent de l'Esthétique de la Communication rendent compte des rythmes naturels qui font partie de la vie de chaque individu et les mettent en relation avec notre univers quotidien technologique des communications. Un pont est jeté entre nature et culture... À travers les processus complexes de synchronie dans lesquels nous sommes constamment engagés, nous avons la constante impression de participer à une pulsion globale composée d'une variété infinie de petites musiques particulières. Cette situation, quand nous la ressentons, nous procure le sentiment d'une profonde adhésion au monde qui nous entoure. Ce sont les mêmes fréquences qui traversent l'activité mentale de notre cerveau qui se retrouvent en quelque sorte, après, en expansion dans les réseaux électriques, électroniques et télématiques...

La mise en relation des rythmes individuels avec ceux qui se développent dans les réseaux télématiques, la mise en évidence des rythmes humains en relation avec les champs de l'énergie cosmique, voilà où réside, aujourd'hui, le nœud central de l'art contemporain. Un art contemporain de recherche qu'il ne faut surtout pas confondre avec la production artistique inspirée par le marché.

Yves Klein, le monochrome en précurseur sensible, nous avait déjà indiqué la voie à suivre dans cette direction. Sa disparition prématurée ne lui aura pas permis de connaître les développements étonnants de notre société électronique et de communication. Par de nombreux côtés, il est pourtant évident que sa pratique artistique, comme la pensée qui la sous-tendait, relevaient directement du champ circonscrit par l'Esthétique de la Communication.

Pour lui, comme pour nous, aujourd'hui, le problème de l'art n'est pas un problème d'objet, de forme ou de couleur, mais avant tout un problème d'énergie. D'énergie à localiser, à manipuler, à répartir, à représenter... La connaissance du sensible n'apparaît jamais comme l'interface médiatrice du concept et de la connaissance intellectuelle. La connaissance du sensible relève de pratiques spécifiques qui se fondent plutôt sur l'expérience vécue offerte sur le mode du partage et, quelque fois, de la participation active.

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION ET CRISE DE LA PERCEPTION.

Je voudrais insister sur le fait que la sensibilité contemporaine est toute imprégnée de doute et d'incertitude. Les notions d'espace, les notions de temps, les échelles de grandeur que l'on croyait acquises sont remises en question. Notre époque traverse une profonde crise de la perception au moment où l'interprétation théorique de différents phénomènes physiques est elle-même remise en cause. Notre sensibilité se trouve ainsi marquée par ce climat ambiant; modelée par les effets continus de changements fondamentaux dont les rythmes s'accélèrent.

1985 Manifeste de l'Esthétique de la communication (par Fred Forest)
Fred Forest, « Manifeste pour une esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », pp.7-16 ; page 21/23

Les médias technologiques sont devenus pour l'homme moderne des prothèses qui nous introduisent dans des contrées du temps et de l'espace qui nous étaient encore inaccessibles hier. La télévision et le téléphone au quotidien nous expédient aux antipodes et installent le monde dans notre salon. À la notion classique d'objet séparé, de limite, de lieu unique, nous sommes appelés maintenant à réagir de plus en plus aux notions d'interface, de commutations, de simultanéité. L'ubiquité n'est plus une vue utopique de l'esprit: la technologie de communication se réalise tous les jours sous certaines conditions.

Ce monde du sensible que nous vivons se manifeste par des déplacements d'informations, des configurations dynamiques qui nous entraînent et nous saisissent dans leurs mouvements. Représentations qui prennent naissance et vie dans des structures aux éléments interchangeables qui ont nom de dispositifs, de systèmes, de réseaux... Les changements sensibles de notre perception et de notre rapport au monde qui en découlent, dans nos comportements les plus courants, attestent de la naissance d'une esthétique nouvelle. Une esthétique dont l'objet qu'elle désigne se situer désormais hors du visible, hors du tangible dans des zones de l'infraperception où notre sensibilité d'homme moderne se retrouve. Les systèmes technologiques d'échanges dans lesquels nous sommes directement impliqués à la fois comme acteur; et à titre individuel ou collectif comme élément constitutif du système, ouvrent la voie, en effet, à des rapports du sensible qui ne se passent plus obligatoirement par le visuel ou le verbal. Notre vécu journalier se déroule dans un champ global d'interactions et d'événements créés par les médias électriques ou électroniques. Le bain d'informations permanent dans lequel nous vivons infléchit notre façon de sentir vers des formes nouvelles. Inévitablement, s'il n'est pas dévoyé et détourné par des pressions économiques de sa vocation naturelle, l'art d'aujourd'hui devrait répondre aux attentes de cette nouvelle sensibilité et lui donner en les découvrant ses formes spécifiques d'expression. Des formes d'expressions relevant précisément de cette Esthétique de la communication et d'un art qui serait autre chose qu'un art à voir ou a entendre; Un art dont la pratique et la finalité se situe au-delà de l'image, au-delà du geste pictural, au-delà de l'objet... dans la communication, elle-même, et ses modalités de fonctionnement.
Le processus de dématérialisation de l'art depuis Duchamp, le recours des artistes au concept, à l'attitude, à l'intention favorise l'ouverture de sa lecture. C'est le domaine même de l'art qui s'en trouve élargi. Avec Yves Klein, son école de sensibilité, son théâtre du vide, sa perspective cosmique, nous sommes introduits phonétiquement dans la civilisation confrontée à la conquête de l'espace et aux mystères de la matière.
Dans la société de l'électronique et des télécommunications, l'homme s'achemine, toujours plus, vers un rapport moins concret à la réalité, vers une dématérialisation de son quotidien. Notre sensibilité ne peut pas manquer de s'en trouver profondément modifiée. Ce que l'art a maintenant à nous faire " sentir ", c'est que le découpage des sons ou le codage des images n'est qu'une illusion derrière laquelle s'agitent des millions d'électrons.
La représentation que s'efforcent de " figurer " les artistes de l'Esthétique de la Communication, c'est une représentation qui puise son origine au-delà du réel, au-delà des apparences et des cadres conceptuels habituels. La Technologie nous engage dans une " saisie " du monde où le repère perd son sens au profit des sources électroniques d'évaluation. Les représentations vidéographiques et infographiques se substituent à la matérialité des distances avec une telle force qu'elles sont en passe de dissoudre purement et simplement leur référent.
Les bases sur lesquelles nous prétendions, hier, fonder et légitimer nos représentations deviennent précaires et souvent suspectes. Avec l'image télévisuelle par exemple, notre perception vacille sous le choc temporel de la diffusion instantanée. Dans cette même image, l'obstacle physique comme l'obstacle du temps se diluent soudain dans un nuage bleuté d'électrons... L'espace se trouve aplati, rapetissé, laminé par le vecteur de communication. L'accéléré, le ralenti ou... le retour en arrière de l'image filmique ou vidéo bouleversent nos concepts et nos conventions du temps. La notion d'espace continu et homogène de l'héritage euclidien s'effrite devant les nouveaux concepts d'espace discontinu. Espace jalonné des quelques balises que notre perception à l'échelle humaine est bien incapable de repérer.

Fred Forest, « Manifeste pour une esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », pp.7-16 ; page 22/23

Il faut donc, désormais, que nous apprenions à nous installer dans le provisoire. Il faut nous faire à l'idée d'une errance permanente. Nous accommoder d'une instabilité que nous devrons bien finir par domestiquer. Enfin trouver ce point, à la fois fixe et mobile, d'où notre regard sera en mesure de découvrir et d'inventer cette nouvelle relation entre notre espace vécu, notre espace électronique et notre espace en devenir... Pour cela, nous devrons nous appuyer sur des notions qu'il faut intégrer au plus vite et qui portent pour nom des mots étrangers et barbares: commutation, arborescence, intermittence, intervalle, modulaire, interactif...

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION, SENSUALISATION, SENSIBILISATION.

Si la réflexion et le travail mené par l'Esthétique de la Communication nous aide à partager et à comprendre des processus encore complexes, à travers les artistes qui la représentent, elle contribue à mettre en évidence les rapports sensoriels que nous entretenons avec les nouveaux médias. Après avoir cru pendant longtemps que ces médias " désensorialisaient " la communication, force nous est de constater qu'il n'en est rien. Intégrés de plus en plus à notre mode de vie, ils constituent une sorte de réseau sensible par où transitent à chaque instant nos échanges. Ils sont devenus supports, prolongation, amplification de nos vibrations les plus intimes. Notre relation de dépendance aux technologies de communication dans la vie quotidienne nous permet d'affirmer que cette situation est génératrice de nouvelles formes de sensibilité. La télévision par exemple a créé une forme de relation esthétique singulière sur la " présence à distance ". La télévision comme l'ordinateur sont sources vives de pulsions environnementales dont nous ne maîtrisons pas encore les effets sur nos systèmes nerveux. L'on peut s'interroger, par ailleurs, sur une utilisation qui, à long terme, pourrait transformer certains de nos processus de pensée. Il est bien évident que les systèmes médiatiques de notre société électronique " chauffent " à froid notre environnement et le portent à un certain degré de " sensualisation ". Nous sommes plongés en permanence dans un bain électronique qui dispense à l'individu une gamme de plus en plus intense de stimuli. Le corps de la société, comme notre propre corps, se trouve enveloppé par un immense filet de communication. À la crainte et à la nostalgie de ceux qui dénoncent, là, le risque de nous voir amputé d'une relation physique directe avec le monde immédiat - nous faisons remarquer que nous pratiquons désormais des hybridations qui constituent les rites de passage. De plus en plus, ces phénomènes d'hybridation associent étroitement l'homme et la machine. Dans un futur proche, il est hautement prévisible que l'ordinateur jouera le rôle d'interface entre des fonctions techniques et organiques. Les médias électroniques opèrent une rupture cognitive qui constitue une véritable révolution psychologique susceptible de modifier radicalement notre relation au monde. Cette révolution, contrairement aux craintes des plus pessimistes, contribue à enrichir les facultés sensorielles de notre organisme. Nos sens tactiles et acoustiques se trouvent activement sollicités. Faits de perception et faits de cognition s'intègrent désormais simultanément dans des configurations nouvelles qui échappent à la pensée linéaire.
Ce que l'artiste de la communication vise à exprimer par ses actions, c'est que nous sommes situés au centre d'un processus global d'information et que son fonctionnement complexe place l'individu dans une position inédite où il se voit contraint de découvrir et d'inventer les nouvelles formes de régulation avec son milieu. Le but des artistes de la communication n'est certes pas de produire des significations au premier niveau, mais bien de nous faire prendre conscience comment la pratique généralisée de la communication interréagit, finalement, sur l'ensemble de notre système sensible.
Comment cette évolution met en place les données d'une " sensibilité moderne " en lisière de nos perceptions et des nouvelles " formes de sentir "; ouvrant ainsi de nouvelles voies esthétiques...
Fred Forest

1985 Manifeste de l'Esthétique de la communication (par Fred Forest)
Fred Forest, « Manifeste pour une esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », pp.7-16 ; page 23/23

NOTES

(1) Fritjof Capra, Le temps du changement, Rocher, Paris.
(2) Fred Forest, Art Sociologique Vidéo 10/18 U.G.E. Paris 1977. Rainer Wick, Nicht Kunst, nicht soziologie: Dans collectif d'art sociologique, "
Kunstforum " Band 27 3-78.
(3) René Thom, Entretien, Journal Le Monde, Dimanche 2 juillet 1984, Paris.
(4) Marshall Mc Luhan, " Pour comprendre les médias ", Mame Seuil, Paris, 1968, page 266.
(5) Marshall Mc Luhan, " Pour comprendre les médias ", Mame Seuil, Paris, 1968, page 12.
(6) Gregory Bateson, " Vers une écologie de l'esprit ", p. 150, Le Seuil, Paris, 1977.
(7) Bertalanffy, " Théorie générale des systèmes physiques, biologiques, psychologique, sociologique, philosophique ", Paris, Dunod, 1973.
(8) En 1983 s'est mis en place à Paris un réseau téléphonique qui offre la possibilité d'un échange verbal érotique tarifé pour quinze minutes.
(9) Frank Popper, " Le déclin de l'objet ", Paris, Chêne, 1975. Lucy Lippard, " Six years: the dematerialization of the art object from 1966 to 1972", Ed. and Annoted by Lucy Lippard, New York.
(10) " Art sociologique ", Editions 10/18, U.G.E., Paris, 1977.
(11) Frank Popper, " Art action participation " Ed. Klincksieck, Paris, 1980.
(12) Fred Forest action " Portrait de famille " réalisée à l'Hay-Les-Roses dans un grand ensemble de la banlieue parisienne.
(13) " La relation comme interrogation ", J.L. Daval in " Relation et relation ", page 102, Yellow now, Liège, 1981.
(14) Umberto Eco, " L'oeuvre ouverte ", Editions du Seuil, Paris, 1965.
(15) Edward T. Hall, " La nouvelle Communication ", p. 212, Le Seuil, Paris, Current Anthropology Vol. 9, No 2-3 (1968) 95-108-NdE, 1981.
(16) Gregory Bateson, " Vers une écologie de l'esprit ", page 141, Seuil, Paris, 1977.
(17) Mario Costa, Conférence débat, Musée d'art moderne de la ville de Paris. Décembre 1982, Exposition Electra.
(18) Derrick de Kerckhove, Directeur du " Marshall Mc Luhan Programme ".

1985 Tableau synthétique illustrant les principes de base de l'Esthétique de la communication

Fred Forest, « Tableau synthétique illustrant les principes de base de l'Esthétique de la communication », *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, numéro spécial « Pour une esthétique de la communication », p.8

TABLEAU SYNTHETIQUE ILLUSTRANT LES PRINCIPES DE BASE DE L'ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION

(Champ d'interaction grapho-linguistique comme proposition "d'objet mental")

Réalité	Fiction		Symbole		PARTICIPATION	FLUX DONNEES	
Perception	dématérialisation	métacommunication	infra-perception				
			télé-présence		Outils	a	b
CONCEPT DE RELATION					INFORMATIQUE	*	
Espace ⟷ Temps							
HYBRIDATION					TELEPHONE TELECOPIE SLOW–SCAN VIDEO		
RESEAUX	DISPOSITIFS	SYSTEMES	CONFIGURATIONS				
MODULATION	COMMUTATION	CONNEXION	VIBRATION		SATELLITES		
HOLISTIQUE	architecture d'informations (INTERVALLE)		SYSTEMIQUE		pinceau burin		
	INTER–ACTIF			*			
Imaginaire Inspiration	Flux	Energie	Sensibilité Sensualité		ORDINATEUR CINQUIEME GENERATION(*)		
Passé	(RITE DE PASSAGE) CIRCUITS		Futur		PIPE (Magritte)		*
TELEMATIQUE	VIDE COMME PLEIN		METAPHYSIQUE				
Nouveaux comportements anthropologiques					RADIO TELEVISION TAM–TAM	*	*
SOLEIL ⟷ LUNE							
FICTION	REALITE–FICTION FICTION–REALITE		REALITE		ACROE UPIC 4X		*
MANGER ⟷ DORMIR							
LASCAUX	CYBERNETIQUE		(case à remplir)		CONCEPT DE REALITE		
					PLAISIR	(bit)	
GIOTTO DURER	TELECOMMUNICATION				C.A.O	ART	
DUCHAMP (**)	YVES KLEIN		feed back		a) a) b) b) HORS NORME	oui non	
EMETTEUR ⟷ RECEPTEUR				1			
SYMBOLE ⟷ MYTHE				2			

8

Documents annexes

Lettre de Fred Forest adressée à Paul Virilio datée du 20 octobre 1993 (suite au refus de ce dernier de rédiger la préface de l'ouvrage-catalogue *100 actions*, publié à Nice, Z'éditions, en 1995), page 01/04
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA02

Destinataire Paul Virilio —

1

Fred FOREST
TERRITOIRE DU M2
60540 ANSERVILLE FRANCE
Tél. : 44 08 43 05
Fax : 44 08 59 67

20 - 10 - 93

Mon cher Paul,

C'est avec une très réelle et profonde déception que j'ai reçu ta correspondance en date du 19, par laquelle tu me fais connaître que tu renonces, finalement, à rédiger un texte au sujet de ma pratique, comme tu l'avais accepté lors de notre dernière rencontre... Je respecte ta décision, et elle n'entamera en rien l'amitié et l'estime que je te porte. Je sais que tu t'es fait une ligne systématique de conduite de refuser ce genre de sollicitations qui, j'en suis convaincu, doivent être de plus en plus nombreuses, depuis que ta pensée a gagné, légitimement, en notoriété —

A vrai dire, compte tenu de l'intérêt que tu as toujours manifesté pour ma pratique, qui depuis vingt ans s'applique aux contenus mêmes des thèmes de recherche et de réflexion qui tu abordes comme essayiste et philosophe : les medias, les mutations de notre rapport au temps et à l'espace, l'abolition de l'espace, la "présentation", qui succède à la "re-présentation", avec le Temps réel de l'information, la vitesse etc... tu étais — et tu le sais, pertinement — la personne, la plus instruite de ces problèmes, pour donner ton point de vue sur mes "expérimentations" —

Tu te doutes bien que je n'attendais pas de toi une "préface" au sens traditionnel du mot, comme il est d'usage dans les catalogues de l'art, uniquement pour servir de faire-valoir à "l'artiste" — Tu me démentiras, si jamais je me trompe, ce qui est

toujours possible, mais j'étais convaincu que, finalement nous parlions des mêmes choses – La seule différence c'est que tu le fais par la pensée, la parole et l'écriture, alors que pour moi, je le traduis en "actes", sous forme de dispositifs en fonction... Tu me cites dans ta correspondance les propos de René Ginpel qui dans ses mémoires écrivait que l'essor des "Prefaces" dans les catalogues d'artistes avait coïncidé avec le déclin des peintres et des sculpteurs à s'exprimer – Pour ma part je n'ai jamais eu de difficultés de cet ordre-là, et les gens du milieu de l'art me reprochent assez d'ailleurs, d'avoir continuement généré des textes sur ma propre pratique, refusant de déléguer exclusivement à la critique le soin de le faire à ma place – Estimant, d'ailleurs, que cette critique d'art-là, n'était pas en mesure d'effectuer l'analyse d'un travail comme le mien qui met non seulement en jeu un corpus de concepts relevant de l'esthétique, mais bien d'autres notions, appartenant aux sciences de la communication et de la cognition, qu'elle ignore totalement. Les personnes adéquates, susceptibles d'être en phase directe avec ma démarche se comptent sur les doigts d'une main – A vrai dire j'ai toujours pensé qu'il n'y en avait, véritablement, que deux : toi-même et Vilém Flusser...

Je ne suis pas sûr que tu ais saisi et interprété le sens de la contribution que j'attendais de toi, qui est d'une autre nature que celle d'une simple explicitation, aussi brillante et pertinente, qu'elle ait pu être, j'en suis sûr, ne constituait en fait qu'un volet de ce texte – En fait il s'agissait de m'apporter dans cette phase difficile que je traverse un soutien stratégique déterminant – Ce n'est pas à toi

que je vais apprendre combien les rapports de force restent malheureusement la loi première, même dans le domaine des idées et de la culture ; et les résistances de toutes sortes auxquelles peut être confrontée une démarche aussi "différente" et "critique" que la mienne... Mon éviction pour la candidature à l'enseignement des medias à l'Ecole Nationale Supérieure des Beaux Arts, comme, récemment, la même situation pour un emploi de professeur à Paris VIII et à l'Université de Montpellier, pour art et audiovisuel, témoignent, si besoin en était, de ce rejet systématique.

Tu dois savoir, par exemple, que la commission ad. hoc a refusé l'achat d'une de mes oeuvres pour le C.N.A.C, alors qu'il était défendu par le délégué des arts plastiques en personne ! Le Centre Georges Pompidou qui depuis sa création a fait l'acquisition de ... 13.417 oeuvres, n'en possède aucune de moi ; même pas la moindre cassette vidéo !

La plupart des conservateurs d'institutions d'art contemporain ignorent tout de mon travail, depuis vingt ans !

Il y a donc un moment, où trop c'est trop !

Si je n'ai même pas la possibilité, finalement, de faire prendre en compte, ne serait-ce qu'au titre de l'information minimum, de base, tout ce que j'ai réalisé dans les années antérieures, à quoi sert de persévérer ?

Je ne nourris aucune amertume, mais je suis réaliste —
J'ai déjà réalisé l'impossible —
J'estime maintenant que j'ai assez donné —
Si le moment est venu de cultiver mon jardin personnel maintenant et de regarder les oiseaux traverser le ciel, je vais m'y consacrer désormais —

4

Je n'attends aucune prébendes de l'exercice de ma pratique artistique, aucun salaire, aucun privilège. Ce n'a jamais été mon objectif – Ce qui m'a toujours intéressé c'est d'expérimenter, d'entreprendre, de partager, de dire avec les autres, de mettre mon énergie et mon imagination pour dénoncer avec mes modestes moyens les hypocrisies, les lâchetés et les pouvoirs de toutes espèces – Cela avec les armes, à la fois dérisoires et absolues de la parodie, introduite dans les canaux de communication de masse –

Je n'attends finalement, ni un achat du centre Georges Pompidou, ni une sinécure dans une administration, ni encore moins la légion d'honneur ou le mérite agricole –

Par contre je revendique, j'exige, je réclame, que soit reconnu, par ceux-là mêmes, qui ont la responsabilité de l'information et de la culture, un travail de recherche mené, sans relâche, durant vingt ans – c'est là, j'avais pensé, non seulement que ta signature, mais le réel intérêt que tu as pour ce que je fais, en relation avec ta propre réflexion, et ses orientations, pouvait être une contribution désirée ...

Sans vouloir aucunement te forcer la main, respectant ta décision, je pensais qu'une "autre" forme – l'entretien par exemple, tel que nous l'avons fait pour "Art Press" – serait une solution envisageable, je suis convaincu que cette contribution pourrait avoir un avantage équivalent – D'ailleurs "Art Press" à travers Catherine Millet et Jean-Yves Jouannais serait prêt à publier un tel document – Fais-le moi savoir éventuellement –

Très amicalement à toi. Fred

Affaire contre le Centre Georges Pompidou	1994-2000
Documents relatifs au différend entre Fred Forest et l'administration du Centre Georges Pompidou, à Paris, dont le point de départ est la remise en cause par Forest de la légitimité offerte par Pierre Bourdieu à l'artiste Hans Haacke, à travers leur publication *Libre échange* (Paris, Le Seuil/Presses du réel, 1994). Publication : Fred Forest, *Fonctionnement et dysfonctionnements de l'art contemporain. Un procès pour l'exemple*, Paris, L'Harmattan, 2000 Site internet : http://www.fredforest.org/proces/ (consulté le 01/01/2010)	

Courrier de Fred Forest adressé à Pierre Bourdieu, daté du 13 janvier 1994, page 01/02.
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

Destinataire Pierre Bourdieu.

Fred FOREST
TERRITOIRE DU M2
92340 BOURG-LA-REINE/VILLE FRANCE
Tél. : 44 08 43 06
Fax : 44 08 59 87

Le 13. 1. 94

Monsieur,

Je viens de terminer la lecture de "Libre échange" la série d'entretiens avec Hans Haacke publiés par le Seuil. Ce document à mes yeux ne met nullement en cause votre bonne foi qui est évidente, et qui semble aussi être abusée par le discours "dominant" de l'art contemporain ... et de l'utilisation expédiée qu'en fait votre interlocuteur sur des stéréotypes idéologiques quelque peu datés. Le seul reproche qu'on pourrait vous adresser en l'occurrence c'est celui d'avoir rédigé la préface sans disposer préalablement de toutes les informations nécessaires ... Bien sûr il s'agissait là de propos "librement" échangés pour vous, et non pas de faire œuvre de nature "scientifique". Néanmoins, moins que quiconque, vous ne pouvez pas ignorer que le parole prend sens à partir de la personne et du lieu d'où elle est prononcée. En tout état de cause votre interlocuteur se trouve désormais, de fait, suspecté d'une caution sur une pratique fort contestable sur la façon dont elle est conduite par ailleurs. Bien sûr ça se discute. Et j'aurais grand plaisir à le faire avec vous si vous en avez vous-même le désir et le temps ... (?)

Sans fausse modestie je suis tout à fait

Convaincu que dans ce domaine, par ma propre expérience, je suis en mesure de vous apporter quelques informations utiles – J'ai moi-même pas mal souffert, depuis une vingtaine d'années aussi, dans la production d'œuvres au contenu critique ...
Quelque fois, également, avec une certaine "efficacité symbolique" – c'est ce qui m'amène à vous adresser cette correspondance et les quelques documents qui l'accompagnent, dont le seul but est de prouver ne serait pour le cas où vous n'auriez pas connaissance de ma démarche critique –

Dans l'attente de vous rencontrer, si vous y voyez quelque intérêt, je vous adresse mes salutations cordiales.

Fred Forest

Fax envoyé par l'administration du Centre Georges Pompidou à Fred Forest, le 18 janvier 1994
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

XP: C.G.POMPIDOU 33 1 44 78 12 18 1994-01-18 15:58 65-96 3 #2

Suite au document distribué hier lors du vernissage James Bishop / Tony Grand au sujet du libre-échange Pierre Bourdieu Hans Haacke ce soir à 18h30 (cf ci-joint) nous aimerions préciser que le Mnam ne possède pas 34 oeuvres de Hans Haacke, mais 2 seulement, soit :

- Metromobilian, 1985
  qui est une installation,
  N° Inv. : AM 1988-591 3D

- Schapolsky, 1971
  qui est une suite de 33 panneaux de photos et/ou textes à présenter ensemble, et qui ne forment donc qu'une seule oeuvre.
  N° Inv. : AM 1990-257 ph.

Nous vous remercions à l'avance de bien vouloir faire cette mise au point lors de l'intervention de ce soir.

Courrier de Fred Forest adressé à Germain Viatte (alors directeur du MNAM/CCI), daté du 18 janvier 1994
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

Mardi 18 janvier 1994 –

Fred Forest
à
Mr Germain Viatte
Conservateur en chef du Musée National
d'Art Moderne.
Centre Georges Pompidou.

Je vous demande de bien vouloir me
communiquer le prix d'achat de l'oeuvre
acquise par le M.N.A.M de l'artiste
Hans Haacke, portant le nom de "Shapolsky 71"
Dans cette attente veuillez agréer, Monsieur,
l'expression de mes sentiments distingués.

Fred Forest

territoire du Mr
1 rue Rotchavent
60540 ANSERVILLE

Courrier de Fred Forest adressé à Germain Viatte (alors directeur du MNAM/CCI), daté du 19 janvier 1994
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

Fred FOREST
TERRITOIRE DU M2
60540 ANSERVILLE FRANCE
Tél. : 44 08 43 05
Fax : 44 08 59 67

19-1-94

Destinataire :

Directeur du M.N.A.M Centre Georges Pompidou.
Demande de renseignement concernant les oeuvres AM 1988-591 3D
et AM 1990-257 PH

Monsieur,

Suite à votre fax transmis aux Galeries Nationales du Jeu de Paume le 18-1.94 à 15H58, (photocopie ci-jointe), j'ai l'honneur de bien vouloir demander à vos services désormais de communiquer des renseignements exacts. Ces derniers, (je tiens la bande audio à votre disposition) peut bien répondre à notre demande de renseignement que vous détenez 34 oeuvres de l'artiste Hans Haacke, dont la plupart étaient des photos... Votre service, par ailleurs, a été incapable de nous renseigner sur l'oeuvre "Décor" qui a été créée pour son exposition personnelle dans vos murs ...
Enfin, alors que nous demandions le montant des acquisitions pour les oeuvres que vous détenez votre service nous a répondu que ce genre d'information n'était jamais communiqué !
En tout état de cause nous réitérons cette demande auprès de vous personnellement et officiellement à ce jour par la présente.
Votre mise au point, scrupuleusement respectée lors de l'intervention par la responsable de la Galerie Nationale, a été suivie immédiatement de la mienne, puisque bien entendu j'étais présent lors du débat à proximité de Pierre Bourdieu et Hans Haacke pour leur poser les questions que j'avais à leur poser !
Le public aura apprécié.

Fred Forest

Pour information : . Jacques Toubon Ministre de la Culture.
. François Barré Président de la T[illegible]

Courrier de Germain Viatte (alors directeur du MNAM/CCI) adressé à Fred Forest, daté du 31 janvier 1994
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

Centre Georges Pompidou
75191 Paris Cedex 04 Téléphone 44 78 12 33 Télécopie 44 78 12 07

Fred FOREST
Territoire du M2
60640 - ANSERVILLE FRANCE

Paris, le 31 janvier 1994
COL/DSe/EG/N° 688

Cher Monsieur,

C'est à ma demande et suite au tract distribué le 17 janvier que Didier Semin, qui est en charge des collections contemporaines au Musée, a transmis une rectification au Jeu de Paume. C'est votre droit le plus strict de contester l'oeuvre de Haacke et d'en discuter la validité : mieux vaut, y compris de votre point de vue, ne pas fonder cette critique sur des informations inexactes. Je ne sais qui vous a fait la réponse dont vous parlez, je ne veux pas jouer les détectives ni vous demander la bande magnétique dont vous faites état. Mais il existe tous les moyens possibles au MNAM de s'informer objectivement : le Videomuseum, base informatique des collections nationales du XXème siècle, est ainsi accessible à tous sur simple rendez-vous. Il permet de disposer des reproductions des oeuvres en quelques secondes, accompagnées de toutes les informations techniques les concernant. Les dossiers d'oeuvres conservés à la documentation sont également ouverts à tous, et vous y auriez trouvé le détail des 33 photos qui constituent la pièce de Haacke intitulée Schapolsky,1971, et forment bien sûr un tout.
Par ailleurs je vous indique que contrairement au montant de la subvention au titre des crédits d'acquisition, qui figure à la loi de finance dans le budget du Ministère de la Culture et qui est publiée au Journal Officiel, les contrats d'acquisition ne sont soumis à aucune publicité.

Je vous prie d'agréer, Cher Monsieur, l'expression de mes sentiments distingués.

Germain VIATTE
Directeur du MNAM/CCI

Courrier de Fred Forest adressé à Pierre Bourdieu, daté du 19 mars 1994
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

Cher Pierre Bourdieu, le 19.3.94

Je regrette très vivement que votre emploi du temps ne vous permette pas, selon le message que votre secrétaire a confié à mon répondeur d'envisager un débat ni dans l'immédiat, ni dans le futur, si j'ai bien eu compendre...

Je suis persuadé qu'il est une occasion perdue pour nous deux —

Je continuerai donc seul le travail d'investigation entrepris —

Cordialement votre,

Fred Forest

ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION

Document de la Commission d'accès aux documents administratifs, daté du 10 mai 1994
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

PREMIER MINISTRE

COMMISSION D'ACCES AUX DOCUMENTS ADMINISTRATIFS

Le Président

Référence à rappeler
N° : 940928-PB

M N A M
004301 11MAI94
ADMINISTRATION

Paris, le 10 MAI 1994

Le Conseiller d'Etat,
Président de la commission

à

Monsieur le Directeur du M.N.A.M.
Centre Georges Pompidou
19, rue Beaubourg
75004 PARIS

OBJET : Demande d'avis de Monsieur FOREST

REFERENCE : Votre lettre du 27 avril 1994

La commission d'accès aux documents administratifs a examiné la demande d'avis citée en objet dans sa séance du 28 avril 1994 et a émis un avis favorable à la communication à Monsieur FOREST, par vous-même, de la décision d'acquisition de la pièce de l'artiste Hans Haacke intitulée "Shapolsky 1971".

Ce document administratif lui est en effet communicable de plein droit comme à toute personne qui en ferait la demande, en application de l'article 2 de la loi du 17 juillet 1978.

La commission vous rappelle que les dispositions de l'arrêté ministériel du 28 août 1980 ne sauraient faire obstacle à la communication d'un document administratif dans les conditions prévues par la loi, conditions qu'il vous appartient d'apprécier dans chaque cas d'espèce.

J'informe le demandeur du sens de l'avis rendu par la commission.

Aux termes de l'article 2 du décret n° 88-465 du 28 avril 1988 relatif à la procédure d'accès aux documents administratifs, l'autorité compétente est tenue d'informer la commission de la suite qu'elle entend donner à l'affaire "dans le mois qui suit la réception de cet avis". Je vous saurais gré, en conséquence, de bien vouloir me faire connaître le plus rapidement possible et, en tout état de cause, avant le 10 JUIN 1994 la suite que vous aurez réservée à cette affaire.

Pour attribution
M. C. Vatte
En liaison avec
M.
Pour information
○ DAF
○ Collections
○ Manifestations
○ Documentation
○

Michel GENTOT

64, rue de Varenne - 75700 PARIS - Tél. : (16.1) 42.75.79.99 - Télécopie : (16.1) 42.75.80.70

Courrier de Germain Viatte adressé à Fred Forest, daté du 17 mai 1994, page 01/02.
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

Fred FOREST
Territoire du M2
60640 - ANSERVILLE FRANCE

Paris, le 17 mai1994

COL/DSe/EG/N°2459

Cher Monsieur,

Conformément à l'avis rendu par la Commission d'Accès aux Documents Administratifs, je vous joins copie de la décision d'achat de la pièce de Hans Haacke.
Vous en souhaitant bonne réception, je vous prie d'agréer, Cher Monsieur, l'expression de mes sentiments distingués.

Germain VIATTE
Directeur du MNAM/CCI

P.J. : Photocopie de la décision

Courrier de Germain Viatte adressé à Fred Forest, daté du 17 mai 1994 – copie de la décision d'achat de l'œuvre de Hans Haacke, page 02/02.
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

DECISION NO 762

Le Président du Centre national d'art et de culture Georges Pompidou

Vu la loi no 75-1 du 3 janvier 1975 portant création du Centre national d'art et de culture Georges Pompidou,
Vu le décret no 75-83 du 17 janvier 1975 modifié portant statut du Centre national d'art et de culture Georges Pompidou ensemble le décret no 76-797 du 24 août 1976 pris pour son application,
Vu le décret du 16 février 1989 nommant Mme Hélène Ahrweiler Président du Centre national d'art et de culture Georges Pompidou,
Vu le décret du 31 mai 1989 portant délégation permanente de signature à Mme Hélène Ahrweiler, Président du Centre national d'art et de culture Georges Pompidou,
Vu l'arrêté du 13 octobre 1976 portant création d'une commission d'acquisitions,
Vu l'avis émis par la Commission d'Acquisitions lors de sa séance du 24 avril 1990

ARTICLE I - Il a été convenu d'acquérir au nom de l'Etat pour être inscrite à l'inventaire des collections permanentes du Musée national d'art moderne, l'oeuvre ci-après désignée de :

Hans Haacke : Shapolsky, 1971
série de textes et photographies
(présentation sur documents)

P7 An1990-257 (1<13)

Pour le prix de : 1 271 250 F.F.

à la Galerie Françoise LAMBERT - MILAN

(UN MILLION DEUX CENT SOIXANTE ET ONZE MILLE DEUX CENT CINQUANTE FRANCS FRANCAIS.)

La dépense correspondante, soit [illegible] sera imputée sur le budget de l'établissement public du Centre national d'art et de culture Georges Pompidou, sur le compte 657.11 "Autres ressources affectées, acquisitions d'oeuvres d'art".

Le Président du Centre national d'art et de culture Georges Pompidou,

Hélène Ahrweiler

14 SEP. 1990

P/LE CONTRÔLEUR FINANCIER et P.O.
Signé : Marie-Claire LEROY BOCLET

Courrier de la Commission d'accès aux documents administratifs adressé à Fred Forest, daté du 8 juillet 1994
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

PREMIER MINISTRE

COMMISSION D'ACCES AUX
DOCUMENTS ADMINISTRATIFS

Le Président

Paris, le 08 JUIL. 1994

Référence à rappeler
N° : 941472-PB

Monsieur Fred FOREST
Territoire du M2

60540 ANSERVILLE

Monsieur,

La commission d'accès aux documents administratifs a examiné dans sa séance du 30 juin 1994 la demande dont vous l'avez saisie par lettre parvenue à son secrétariat le 27 mai 1994 et a émis un avis favorable à la communication, à vous-même, par le directeur du musée national d'art moderne du centre Georges Pompidou, de la décision du président du centre désignant les membres de la commission.

Ce document administratif vous est en effet communicable de plein droit comme à toute personne qui en ferait la demande, en application de l'article 2 de la loi du 17 juillet 1978.

La commission a toutefois déclaré sans objet la partie de votre demande relative à la communication de document ou facture concernant l'oeuvre de Fernand Léger acquise lors de la dernière commission, de la liste des contrats d'achat des oeuvres acquises par le M.N.A.M. depuis le 1er janvier 1985 sur laquelle figure le prix, la nature, la qualité et le nom du bénéficiaire. En effet, le directeur du musée national d'art moderne du centre Georges Pompidou l'a informée qu'il ne détenait pas ces documents.

La commission a adressé cet avis au directeur du musée national d'art moderne du centre Georges Pompidou.

Je vous prie de croire, Monsieur, à l'assurance de ma considération distinguée.

Michel GENTOT
Conseiller d'Etat

64, rue de Varenne - 75700 PARIS - Tél. : (16.1) 42.75.79.99 - Télécopie : (16.1) 42.75.80.70

Fred FOREST
TERRITOIRE DU M2
30540 ANSERVILLE FRANCE
Tél. : 44 06 43 06
Fax : 44 06 59 87

Vendredi 10 août 1994

Cher Pierre Bourdieu,

En vous adressant ces quelques informations, que je tenais à vous communiquer, je saisis l'occasion pour vous inviter à Nice, en Novembre ou décembre prochain selon votre convenance.
Je viens d'être, en effet, nommé comme professeur d'Université pour occuper la Chaire des Sciences de l'Information et de la Communication à la Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines de l'Université de Nice-Sophia Antipolis. Dans le cadre du séminaire et des enseignements dont je vais avoir la responsabilité je compte poursuivre la réflexion sur les mécanismes de l'art contemporain que j'ai engagée comme artiste depuis de longues années. Je vais donc après un accord passé avec le M.A.M.A.C. (Musée d'art Moderne et d'art Contemporain), assurer une série de rencontres qui feront chaque fois l'objet d'une conférence publique et d'une visioconférence quelquefois avec Paris, quelquefois avec des capitales européennes. Au-delà de l'ouvrage "Libre-échange" que vous avez produit en collaboration avec Hans Haacke et de la position critique que j'ai manifestée, il me semble nécessaire de creuser encore ces problèmes.
Nul mieux que vous, par l'intérêt aigu que vous avez déjà porté à ces questions, n'est en mesure d'analyser la situation et d'en assurer le suivi.
Je serai très honoré que vous acceptiez de participer à cette tribune, un des premiers. Une tribune à laquelle j'espère donner le rayonnement intellectuel et les relais internationaux qu'elle exige, dans un moment

de mutation et de crise, où l'art et la société s'interrogent –

Si vous acceptiez cette invitation, qui émane autant de l'artiste que de l'universitaire, je serai alors complètement convaincu de votre sérieux intellectuelle comme de votre volonté à faire avancer la connaissance des mécanismes en cause.

Votre intervention se déroulerait, en fin de matinée, dans l'amphithéâtre de la faculté, en fin d'après-midi, pour une conférence publique dans l'auditorium du Musée d'art Moderne et d'art Contemporain un vendredi de votre choix en novembre ou décembre 1994.

Je serai donc très heureux, si vous acceptiez, de bien vouloir m'informer de la date choisie, qui ne doit pas tomber en période de vacances universitaires pour l'Academie de Nice.

Dans cette attente je vous prie de croire en l'expression de mes cordiales salutations.

Fred Forest

PS : J'attire votre attention sur l'article publié cette semaine dans "Paris Match" sur deux pages

Réponse de Pierre Bourdieu à Fred Forest, en date du 7 septembre 1994 (Invitation de Fred Forest à participer au séminaire qu'il organise à Nice par un courrier en date du 10 août 1994)
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

CENTRE DE SOCIOLOGIE EUROPÉENNE
DU COLLÈGE DE FRANCE ET DE L'ÉCOLE DES HAUTES ÉTUDES EN SCIENCES SOCIALES

Paris, le 7 septembre 1994

Monsieur Fred Forest
Territoire du M2

60540 ANSERVILLE

Cher Monsieur,

Je vous remercie de votre invitation qui me touche beaucoup.

Je serais évidemment très heureux de me rendre à Nice et de participer à une conférence-débat dans le cadre de votre Chaire. Malheureusement, de sérieux ennuis de santé rendent mon avenir incertain et m'obligent à limiter mes activités, notamment les voyages qui sont très fatigants. J'espère que vous ne m'en voudrez pas et que nous aurons d'autres occasions d'approfondir la réflexion sur les mécanismes de l'art contemporain.

En vous remerciant encore, je vous prie d'agréer, Cher Monsieur, l'expression de mes sentiments les plus cordiaux.

Pierre Bourdieu

52, RUE DU CARDINAL LEMOINE - 75231 PARIS CEDEX 05
TÉL. (1) 44 27 10 40
FAX (1) 44 27 10 52

S.C.P. d'Avocats au Conseil d'État
et à la Cour de Cassation
Arnaud LYON-CAEN
Françoise FABIANI
Frédéric THIRIEZ
62bis, rue Charles Laffitte
92200 NEUILLY-sur-SEINE
Tél. : 47.45.93.70
URSSAF 510 92 051 0108 T
SIRET 314 008 350 00014

CONSEIL D'ETAT

SECTION DU CONTENTIEUX

RECOURS, MEMOIRE ET CONCLUSIONS DE SURSIS A EXECUTION

POUR : **LE CENTRE NATIONAL D'ART ET DE CULTURE GEORGES POMPIDOU,**
Etablissement public culturel ayant son siège
19, rue Beaubourg - 75004 PARIS
et représenté par son Directeur Général en exercice

Demandeur

CONTRE : Un jugement en date du 7 juillet 1995 par lequel le Tribunal Administratif de PARIS a annulé la décision du Centre National d'art et de culture Georges POMPIDOU, refusant de communiquer à M. FOREST les contrats d'achat d'oeuvres d'art du Musée National d'Art Moderne depuis le 1er janvier 1985.

Le requérant défère le jugement attaqué à la censure du Conseil d'Etat en tous les chefs qui lui font grief par les faits et moyens ci-après exposés.

FAITS

I.- Fred FOREST, artiste appartenant au courant de " l'art sociologique ", a demandé par courriers en date des 19 janvier et 15 février 1994 au Musée National d'Art Moderne du Centre Georges POMPIDOU de lui communiquer le prix d'acquisition d'une oeuvre d'un artiste allemand, Hans HAACKE, issu du même courant artistique que lui, intitulée *" SCHAPOLSKY 1971 "*.

Par courrier en date du 22 mars 1994, M. FOREST saisissait la Commission d'Accès aux Documents Administratifs du refus de communication qui lui avait été opposé par le Directeur du Musée National d'Art Moderne.

Dans sa séance du 28 avril 1994, la C.A.D.A. émit un avis favorable à la communication à M. FOREST de la décision d'acquisition par le M.N.A.M. de l'oeuvre de HAACKE intitulée *" SCHAPOLSKY 1971 "*. Cette décision comportant le prix d'acquisition de cette oeuvre fut effectivement communiquée à M. FOREST par le M.N.A.M. en mai 1994.

Par un nouveau courrier en date du 24 avril 1994, M. FOREST demandait au M.N.A.M. que lui soit communiqué le contrat d'achat de l'oeuvre de Fernand LEGER acquise lors de la dernière commission ainsi que la liste des contrats d'achat des oeuvres acquises par le M.N.A.M. depuis le 1er janvier 1985, où seraient mentionnés le prix, la nature, la qualité et le nom du bénéficiaire et le nom et la qualité des personnes constituant les commissions ad hoc.

Par un courrier en date du 27 mai 1994, M. FOREST saisissait à nouveau la C.A.D.A. du refus de lui communiquer ces documents.

Par un courrier en date du 29 juin 1994 adressé au Président de la C.A.D.A., le Directeur Général du Centre Georges POMPIDOU acceptait de communiquer l'arrêté fixant la composition de la Commission d'acquisition et la liste des membres la composant mais s'opposait à la communication de la liste des contrats d'achat des oeuvres acquises par le M.N.A.M. depuis le 1er janvier 1985 sur le fondement de l'article 6 de la loi du 17 juillet 1978 et de l'arrêté du 28 août 1980 pris pour son application.

.../...

Par ailleurs, il informait la C.A.D.A. qu'aucune oeuvre de Fernand LEGER n'avait été acquise par le M.N.A.M. lors de la dernière commission d'acquisition.

Dans sa séance du 30 juin 1994, la C.A.D.A. émettait un avis favorable à la communication à M. FOREST de la décision de nomination des membres de la Commission d'acquisition mais considérait comme sans objet sa demande concernant le contrat d'achat de l'oeuvre de Fernand LEGER ainsi que celle concernant la liste des contrats d'achat des oeuvres acquises par le M.N.A.M. depuis le 1er janvier 1985.

La décision du Président du Centre Georges POMPIDOU désignant les membres de la Commission d'acquisition fut communiquée à M. FOREST le 18 octobre 1994.

Cependant, dès le 10 mai 1994, M. FOREST saisissait le Tribunal Administratif de PARIS d'une demande aux fins d'annulation du refus de communication que lui avait opposé le Centre Georges POMPIDOU relativement au contrat d'achat de l'oeuvre de Hans HAACKE intitulée " *SCHAPOLSKY 1971* ", au contrat d'achat de l'oeuvre de Fernand LEGER acquise lors de la dernière commission et à la liste des contrats d'achat des oeuvres acquises par le M.N.A.M. depuis le 1er janvier 1985.

Par jugement en date du 7 juillet 1995, le Tribunal Administratif de PARIS a annulé la décision du Centre National d'art et de culture Georges POMPIDOU refusant de communiquer à M. FOREST les contrats d'achat d'oeuvres d'art du Musée National d'Art Moderne depuis le 1er janvier 1985.

C'est le jugement attaqué.

◆

◆ ◆

.../...

DISCUSSION

II.- A titre liminaire, il faut relever que c'est à bon droit que le Tribunal Administratif a considéré que :

> *" En premier lieu, M. FOREST ne conteste pas avoir reçu communication du contrat passé entre le Centre National Georges POMPIDOU et M. Hans HAACKE, relatif à l'achat de l'une des oeuvres de celui-ci ; que la demande de communication ayant été satisfaite, ses conclusions sont, sur ce point, irrecevables ;*
>
> *... en deuxième lieu, qu'il ne ressort pas des pièces du dossier qu'un contrat d'achat concernant une oeuvre de Fernand LEGER et qu'une liste des contrats d'achat d'oeuvres soient détenus par le Centre National Georges POMPIDOU ; que, dans ces conditions, ledit Centre, qui affirme que ces documents n'existent pas, ne saurait être regardé comme ayant méconnu, en refusant de les communiquer à M. FOREST, les dispositions de la loi du 17 juillet 1978 ; que les conclusions concernant ces documents ne peuvent, par suite, qu'être rejetées ".*

Le jugement du 7 juillet 1995 devra être confirmé sur ce point.

III.- En revanche, c'est à tort que le Tribunal Administratif de PARIS a considéré que :

> *" En troisième lieu, la demande de communication présentée par M. FOREST concernait également l'ensemble des contrats d'achat d'oeuvres d'art, par le Centre National Georges POMPIDOU, depuis le 1er janvier 1985 ; ...*
>
> *qu'aux termes de l'article 6 de la loi du 17 juillet 1978 : " Les administrations... peuvent refuser de laisser*

.../...

consulter ou de communiquer un document administratif dont la consultation ou la communication porterait atteinte :

- au secret en matière industrielle et commerciale... " ;

que, si le Centre National d'Art et de Culture Georges POMPIDOU soutient que la communication de ces contrats d'achat pourrait avoir une influence sur le marché de l'art et sur les négociations menées par les musées pour l'acquisition des oeuvres d'art, cette circonstance n'est pas de nature à établir que la communication desdits contrats porterait atteinte au secret en matière industrielle et commerciale protégé par les dispositions précitées ; d'autre part, que, pour s'opposer à la communication à M. FOREST de ces contrats d'achat, le Centre National Georges POMPIDOU se prévaut des dispositions d'un arrêté du Ministre de la Culture en date du 17 octobre 1980 ; que les dispositions de cet arrêté ne sauraient avoir légalement pour effet d'exclure du droit à communication d'autres catégories de documents que celles dont la loi prévoit expressément que la communication peut être refusée ".

Cette décision et la motivation qui lui sert de support devront être censurées.

IV.- Au préalable, il convient de rappeler que l'arrêté du 28 août 1980 pris par le Ministre de la Culture et de la Communication définit les documents administratifs (émanant des services des établissements publics et des organismes placés sous l'autorité ou le contrôle du Ministre de la Culture et de la Communication) qui ne peuvent être communiqués au public lorsque, par leur nature ou par leur objet, ils entrent dans l'une des catégories énumérées à l'article 6 de la loi n° 78-753 du 17 juillet 1978.

L'article 6 de cette loi dispose que :

.../...

" Les administrations mentionnées à l'article 2 peuvent refuser de laisser consulter ou de communiquer un document administratif dont la consultation ou la communication porterait atteinte :

- *au secret de la vie privée... ;*
- *au secret en matière commerciale et industrielle ;*
- *... et de façon générale aux secrets protégés par la loi.*

Pour l'application des dispositions ci-dessus, les listes des documents administratifs qui ne peuvent être communiqués au public en raison de leur nature ou de leur objet sont fixées par arrêtés ministériels pris après avis de la Commission d'accès aux documents administratifs ".

L'article 5 de l'arrêté précité classe parmi les documents pouvant porter atteinte au secret en matière commerciale et industrielle : *" les documents relatifs à l'acquisition à titre onéreux ou à la commande d'oeuvres et objets d'art ".*

L'article 4 de l'arrêté précité classe, pour sa part, parmi les documents pouvant porter atteinte au secret de la vie privée, des dossiers personnels et médicaux : *" les documents relatifs aux dons, legs, prêts et dépôts d'oeuvres et objets d'art ".*

V.- En premier lieu, en l'espèce, en jugeant que ces dispositions ne pouvaient avoir pour effet d'exclure légalement du droit à la communication des documents d'autres catégories que celles qui en sont expressément exclues par la loi, le Tribunal Administratif a, implicitement mais nécessairement, jugé que les dispositions précitées étaient illégales.

Or, en fondant sa décision sur une telle exception d'illégalité, le Tribunal a triplement vicié son jugement sur le plan de la procédure.

.../...

D'une part, aucune exception d'illégalité n'avait été invoquée par M. FOREST en première instance. Or, l'exception d'illégalité d'un acte réglementaire n'est pas un moyen d'ordre public susceptible d'être relevé d'office par le juge.

D'autre part, à supposer même que ce moyen aurait été d'ordre public, il eût appartenu aux premiers juges de mettre en oeuvre les dispositions de l'article R. 153-1 du Code des Tribunaux Administratifs et des Cours Administratives d'Appel, selon lesquelles :

> " *Sauf dans les cas mentionnés à l'article R. 149, lorsque la décision lui paraît susceptible d'être fondée sur un moyen relevé d'office, le Président de la formation de jugement en informe les parties avant l'inscription au rôle et les invite à présenter leurs observations* ",

ce qu'ils ont omis de faire.

Le jugement attaqué est ainsi entaché d'ultra petita et, à titre subsidiaire, d'un vice de procédure.

Il ne saurait donc, de l'un et de l'autre de ces chefs, échapper à l'annulation.

Vainement objecterait-on à cet égard l'opinion émise à diverses reprises par la C.A.D.A. selon laquelle l'inclusion d'une catégorie de documents dans l'une des listes dressées par arrêté ministériel par application de l'article 6 de la loi ne dispenserait pas l'autorité concernée de rechercher, cas par cas, si les documents dont la communication est sollicitée sont communicables par application de l'article 2 de la loi ou peuvent être exclus de la communication par application de l'article 6. Pareille solution ne saurait être admise. Elle aboutirait à priver de tout effet le dernier alinéa de l'article 6 de la loi qui confère au pouvoir réglementaire le soin de fixer la liste des documents " *qui ne peuvent être communiqués* " et à retirer aux arrêtés ministériels en cause la valeur réglementaire qui est la leur. Certes, ces listes ne sont pas exhaustives. Mais elles n'ont pas pour autant une valeur purement indicative. Elles s'imposent aux administrations concernées.

.../...

A supposer (ce qui est possible en raison de l'imprécision de sa motivation) que le Tribunal en eût jugé autrement, il aurait commis une erreur de droit, consistant à méconnaître la portée réglementaire, claire et précise de surcroît en l'occurrence, de l'arrêté ministériel dont l'exposant s'était contenté de faire une application pure et simple, dont le bien-fondé ne pourrait être remis en cause que par la voie de l'exception d'illégalité.

Enfin, le Tribunal Administratif a omis de préciser les raisons pour lesquelles, selon lui, les documents relatifs à l'acquisition à titre onéreux ou à la commande d'oeuvres et objets d'art n'appartiendraient pas à l'une des catégories *" expressément prévues par la loi "* de documents pouvant porter atteinte au secret en matière commerciale et industrielle.

De ce chef encore, le jugement attaqué appelle l'annulation en raison du caractère insuffisant de sa motivation.

VI.- En second lieu, en fondant sa décision sur cette exception d'illégalité, le Tribunal a commis au fond une double erreur de droit.

D'abord, il a méconnu les termes mêmes de l'arrêté litigieux. Il suffit en effet de lire l'arrêté du 28 août 1980 pour constater qu'il se borne à faire une stricte application des dispositions de l'article 6 de la loi du 17 juillet 1978.

La liste des documents figurant sur cet arrêté sous les rubriques visées par la loi et qui sont définis de façon suffisamment précise correspond bien à chacune des catégories de documents dont la loi prévoit expressément le refus de communication (voir C.E. 16 juin 1988, Association GREENPEACE, Rec. Leb. p. 243).

Il y a donc lieu de considérer que l'arrêté du 28 août 1980 pris en application de l'article 6 de la loi du 17 juillet 1978, après avis de la C.A.D.A., était parfaitement légal et s'opposait à la communication à M. FOREST par le M.N.A.M. des contrats d'achat d'oeuvres d'art qu'il réclamait, en ce qu'il excluait, de façon claire et précise, du droit à communication ces documents, qu'il classait,

.../...

contrairement à ce qu'a exprimé le Tribunal, dans l'une des catégories de documents dont la loi a prévu expressément que la communication pouvait être refusée.

VII.- Ensuite, il semble qu'en réalité le Tribunal ait, sans le dire - d'où le vice d'insuffisance de motivation précédemment dénoncé au titre de la légalité externe de son jugement -, considéré que le Ministre de la Culture avait commis une erreur de droit en incluant, dans son arrêté du 28 août 1980, les *" documents relatifs à l'acquisition à titre onéreux... d'oeuvres et d'objets d'art "* dans la catégorie des documents pouvant porter atteinte au secret en matière commerciale et susceptibles d'être exclus du droit à communication comme tels par application de l'article 6 de la loi du 17 juillet 1978.

De ce chef, c'est le Tribunal, et non le Ministre, qui a commis une erreur de droit qui appelle la censure du jugement attaqué.

En effet, la communication des contrats d'achat d'oeuvres d'art conclus par les musées avec les marchands, les collectionneurs ou les artistes eux-mêmes et, en particulier, la communication des prix d'acquisition et du nom des vendeurs, serait bien de nature à porter atteinte au secret en matière commerciale.

Il convient de rappeler ici les conditions particulières dans lesquelles les musées nationaux acquièrent les oeuvres destinées à constituer les grandes collections publiques.

L'oeuvre d'art n'est pas un bien mobilier ordinaire qui ferait l'objet d'un prix fixé d'avance ou qui soit susceptible d'être déterminé de façon rigoureuse et précise. La " cote " des objets d'art est mouvante et sensible. Outre la rareté et les effets des variations du goût, le prix payé pour une oeuvre à l'occasion d'une transaction déterminée pèse toujours d'une façon très sensible sur la " cote " non seulement des oeuvres de même catégorie ou du même créateur, mais encore sur cette " cote " en général. Aussi, chaque acquisition donne lieu à une négociation avec le vendeur qui peut être un marchand, un collectionneur, un artiste ou un simple détenteur occasionnel de l'oeuvre.

.../...

Ces vendeurs, qui sont aussi parfois des donateurs, entretiennent le plus souvent des rapports historiques ou intellectuels, voire affectifs, et, par là même privilégiés, avec les musées acquéreurs.

Et c'est précisément la qualité de ces relations qui permet de négocier des acquisitions d'oeuvres d'art à des prix souvent très privilégiés par rapport à ceux du marché ainsi que de recevoir des donations ou des legs, parfois liés à des acquisitions.

Dans ces conditions, la communication au public des prix d'acquisition consentis aux musées nationaux aurait nécessairement un effet sensible sur le marché de l'art, dans la mesure où les prix d'achat par l'Etat ou les musées pourraient être utilisés pour peser sur la cote des oeuvres, ainsi que sur les négociations qu'engagent les musées nationaux.

En effet, les vendeurs qui sont souvent des galeries d'art ou des collectionneurs, qui consentent des prix privilégiés aux musées, se verraient, dans le cas où ceux-ci pourraient être communiqués au public, contraints de renégocier les prix de leurs oeuvres avec leurs autres acquéreurs en fonction des prix consentis aux institutions publiques.

Les conditions du marché devenant ainsi plus difficiles pour les vendeurs d'objets d'art, ils seraient par là même incités à s'abstenir d'accorder aux musées les conditions de prix avantageuses qu'ils ont traditionnellement pu leur consentir jusqu'alors.

Le préjudice commercial résultant de la communication au public des prix des oeuvres d'art acquises par les musées nationaux serait donc direct et certain pour les galeries d'art et les collectionneurs dont le nom figure dans les contrats d'achat d'oeuvres d'art et par là même pour les artistes eux-mêmes.

Cette communication aurait également des incidences préjudiciables sur les conditions dans lesquelles l'Etat Français et les musées développent actuellement les collections publiques.

.../...

A cet égard, il faut retenir que si l'Etat et les musées n'exercent pas, par rapport au droit public, une activité commerciale en acquérant des oeuvres d'art, dans la mesure où ils remplissent ce faisant la mission de service public qui est la leur, à savoir acquérir des oeuvres pour les conserver et les exposer au public, ils accomplissent néanmoins cette activité de service public - d'un genre très spécifique - en intervenant dans l'intérêt général sur un marché commercial. Or, l'article 6 de la loi du 17 juillet 1978, en permettant d'exclure du droit à communication les documents dont la communication porterait atteinte *" au secret en matière commerciale "*, vise la nature de la *" matière "* sur laquelle porte le document administratif et non la nature juridique (administrative ou industrielle et commerciale) de la personne administrative en cause, non plus que la nature juridique (publique ou privée) de son activité ou la qualification juridique (de droit public ou de droit privé) de l'acte que constate le document en litige. Quelle que soit cette nature juridique ou cette qualification, l'acquisition d'oeuvres d'art par l'Etat ou les musées publics intervient bien *" en matière commerciale "*, au sens de la loi de 1978, dès lors qu'il y est procédé sur un marché commercial.

Dès lors, force est d'en déduire que c'est tout à fait légalement que le Ministre de la Culture a exclu par l'arrêté du 17 octobre 1980, dans l'intérêt général de la mission de service public qui lui incombe, du droit à communication les documents relatifs à l'acquisition à titre onéreux d'oeuvres et d'objets d'art, comme portant atteinte au secret en matière commerciale.

Et, de toute façon, le secret en matière commerciale s'opposait bien à ce que soit communiqué au public, et en l'espèce à M. FOREST, les contrats d'achat des oeuvres d'art acquises par le Musée Georges POMPIDOU depuis 1985.

La jurisprudence n'a semble-t-il pas encore eu l'occasion de se prononcer sur le présent cas mais s'est déjà prononcée dans divers domaines conférant le caractère secret à certaines informations économiques et financières concernant des sociétés ou des particuliers en relation avec l'administration et dont la communication serait susceptible de causer à ces derniers un préjudice commercial (T.A. VERSAILLES, 27 septembre 1988, Mme FABRE DES COTES c/ commune de DRAVEIL, Rec. Leb. Tables p. 797 ; T.A. PARIS, 14 janvier 1985, VALENTINI, req. n° 44.113/4 ; T.A. TOULOUSE, 11 mai 1988, Société d'Entreprise Jean MAUBE, Gaz. Pal. 1989, 1 Som. p. 236 ; C.E. 11 juillet 1990, C.H.G. de NEUFCHATEAU c/ UNION SYND. DES AMBULANCIERS VOSGIENS, Rec. Leb. Tables p. 780, D.A. 1990 n° 421 ; C.E. 27 mars 1995, Commission des opérations de Bourse c/ DAVID, req. n° 143.973).

.../...

VIII.- En troisième lieu, au demeurant, les contrats d'achat d'oeuvres d'art du Musée National d'Art Moderne sont des documents de caractère nominatif qui ne peuvent être communiqués à des tiers.

A cet égard, l'article 6 bis de la loi du 17 juillet 1978 dispose que :

> *" Les personnes qui le demandent ont droit à la communication, par les administrations mentionnées à l'article 2, des documents de caractère nominatif les concernant, sans que des motifs tirés du secret de la vie privée, du secret médical ou du secret en matière commerciale et industrielle, portant exclusivement sur des faits qui leur sont personnels, puissent leur être opposés ".*

La jurisprudence qualifie de nominatifs les documents qui portent une appréciation ou un jugement de valeur sur une personne physique nommément désignée ou aisément identifiable ou qui sont relatifs au comportement de personnes physiques dénommées ou qui comportent des renseignements d'ordre personnel (T.A. LYON, 7 mai 1981, Assoc. S.O.S. DEFENSE et BERTIN c/ Min. Just., A.J.D.A. 1982 p. 96 ; C.E. 14 octobre 1988, Assoc. S.O.S. DEFENSE, D.A. 1988 n° 537).

En l'espèce, compte tenu, d'une part, de la nature particulière de l'oeuvre d'art qui ne peut être assimilée à un objet de commerce ordinaire puisqu'il s'agit d'une création unique dont la finalité est l'expression d'un art et de la pensée de son auteur et, d'autre part, des relations privilégiées existant entre les musées et les galeries d'art, les artistes et collectionneurs, les mentions figurant dans les contrats d'achat des musées concernant le prix d'une oeuvre, le nom de son auteur et le nom du vendeur constituent pour ces personnes des renseignements d'ordre personnel.

En effet, ces informations pourront parfaitement faire l'objet d'interprétations et de commentaires divers émanant de critiques d'art ou d'artistes concurrents (comme c'est le cas en l'espèce) et servir ainsi de fondement à des appréciations sur la valeur artistique de telle création acquise à tel prix par tel musée, à des comparaisons entre artistes appartenant aux mêmes courants artistiques et par là même à des jugements de valeur sur les artistes eux-mêmes et sur l'ensemble de leurs oeuvres.

.../...

Il en est de même pour les marchands, galeries d'art, artistes ou collectionneurs qui consentent des conditions de prix privilégiées aux musées et qui souhaitent légitimement conserver à celles-ci un caractère confidentiel. La communication au public de ces renseignements pourrait, en effet, donner lieu à des critiques mettant en cause leur comportement commercial et, en particulier, les conditions trop avantageuses accordées aux musées.

Ainsi, l'article 6 bis précité étant applicable à la présente espèce, ces dispositions s'opposaient de toute façon, quelles que soient la portée et la légalité des dispositions de l'arrêté du 28 août 1980, à ce que les contrats d'achat d'oeuvres d'art du Musée National d'Art Moderne soient communiqués à des tiers.

IX.- En quatrième lieu, au demeurant encore, le but recherché par M. FOREST n'est pas l'information sur l'utilisation des deniers publics par le Centre Georges POMPIDOU, mais la recherche de moyens de critiquer la politique d'un musée dans le but de servir sa publicité personnelle et d'utiliser à son profit les informations recueillies dans des ouvrages dont il projette la publication.

Ce détournement de la finalité de la loi du 17 juillet 1978 fait, là encore, de toute façon, obstacle à l'accès aux contrats d'achat d'oeuvres d'art du Musée National d'Art Moderne demandés par M. FOREST.

A cet égard, les dispositions de l'article 10 de la loi de 1978 disposent que :

> " *L'exercice du droit à la communication institué par le présent titre exclut, pour ses bénéficiaires ou pour les tiers, la possibilité de reproduire, de diffuser ou d'utiliser à des fins commerciales les documents communiqués* ".

Or, il ressort incontestablement des pièces du dossier que les fins poursuivies par M. FOREST s'il obtenait communication des prix des oeuvres d'art acquises par le Musée National d'Art Moderne seraient leur diffusion dans la presse afin de pouvoir, à travers la critique de la politique générale d'acquisition de cette institution, servir sa publicité d'artiste appartenant au courant de " l'art sociologique " et en tirer un profit personnel.

.../...

Il y a lieu de rappeler ici le contexte dans lequel M. FOREST a formulé sa demande de communication des contrats d'achat d'oeuvres d'art du Musée National d'Art Moderne.

Ainsi, on peut lire dans un article du *" PARIS MATCH "* du 11 août 1994 :

> *" Nouvelle cible de Fred FOREST : le Centre Georges POMPIDOU, " coupable " d'avoir acheté une oeuvre de l'artiste allemand Hans HAACKE. En effet, Fred FOREST trouve scandaleux que HAACKE, issu comme lui du courant de " l'art sociologique ", critique la politique des musées mais accepte d'y entrer lorsque l'un de ceux-ci achète, cher, une de ses créations... Il dénonce ici la collusion qui, selon lui, existerait entre musées internationaux, collectionneurs privés et marchands, qu'il accuse de s'entendre trop souvent en coulisses pour faire monter ou baisser la cote d'un artiste ".*

De même, on peut lire dans le *" PETIT JOURNAL DE L'ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION, N° 2 "*, élaboré dans le cadre de l'Université de NICE-SOPHIA-ANTIPOLIS où M. FOREST est chargé d'enseignement :

> *" Bavure dans la communication : la palme du cynisme institutionnel et celle du ridicule sont décernées, à l'unanimité, au Centre Georges POMPIDOU. Ce dernier met en circulation un prospectus rouge titré : " Une information sur le prix d'une oeuvre d'art ".*
>
> *Dans le même temps, le Musée National d'Art Moderne du Centre Georges POMPIDOU fait l'objet d'une procédure devant le Tribunal Administratif pour refus, précisément, de communiquer le prix d'achat de ses acquisitions (de la dynamite en barre par les temps qui courent...). Pauvre Germain, tu vas te faire tirer les oreilles ! Et cela, malgré une décision du 30 juin 1994 de la C.A.D.A. dépendant du Premier Ministre. Le Directeur du M.N.A.M. prétend, comme meilleure réponse, qu'il ne détient pas ces documents. Nous irons donc les réclamer au boucher du coin, qui en sait sans doute plus à ce sujet et qui, si nous comprenons bien, risque de les tirer de dessous son comptoir ? Rira bien qui rira le dernier ".*

.../...

Enfin, il ressort des termes d'une lettre manuscrite au dossier datée du 28 décembre 1994 et émanant de M. FOREST que :

> *" Dans le cadre du séminaire que j'anime et dont la séance publique est prévue à NICE, j'ai l'intention de produire certains documents mettant en cause le fonctionnement du M.N.A.M. ".*

D'autre part, il ressort des termes d'une lettre en date du 24 avril 1994 adressée au Centre Georges POMPIDOU et de ceux d'un de ses mémoires produit devant les premiers juges que M. FOREST a l'intention de se servir des informations contenues dans les contrats d'achat d'oeuvres d'art du Musée National d'Art Moderne pour fonder une thèse dont il prévoit la publication prochaine.

Selon la lettre du 24 avril 1994 :

> *" Ces renseignements (soit les contrats d'achat des oeuvres acquises par le M.N.A.M. depuis le 1er janvier 1985) me sont indispensables pour effectuer des travaux de recherche dans le cadre de la chaire que je suis appelé à diriger comme Professeur d'Université dans le courant de l'année universitaire 94/95 ".*

Aux termes de son mémoire déposé le 10 mai 1994 devant le Tribunal Administratif de PARIS :

> *" Le requérant étant chargé d'enseignement de Cours d'Art Moderne et Contemporain dans différentes universités...*
> *Cette occultation lui est particulièrement préjudiciable :*
> *Il sera dans l'impossibilité d'apporter les éléments nécessaires à la poursuite de sa recherche...*
> *Il sera dans l'impossibilité de produire dans les ouvrages qu'il va publier prochainement les preuves nécessaires à fonder la crédibilité scientifique des thèses qu'il développe... ".*

.../...

M. FOREST a donc manifestement, de son propre aveu, pour seul but d'obtenir la communication litigieuse afin de pouvoir utiliser, pour en tirer un profit financier personnel, c'est-à-dire à des fins commerciales au sens de l'article 10 de la loi, les informations contenues dans les contrats d'achat d'oeuvres d'art du Musée National d'Art Moderne puisqu'il percevra des droits d'auteur sur les ouvrages qu'il va publier et dans lesquels ces informations seront exploitées.

Les dispositions de l'article 10 de la loi du 17 juillet 1978 s'opposaient dès lors, de toute façon, à l'exercice de son droit à la communication de ces documents, quelles que soient ici encore la portée et la légalité de l'arrêté de 1980.

L'annulation du jugement attaqué s'impose.

SUR LES CONCLUSIONS A FIN DE SURSIS A EXECUTION

X.- L'exposant sollicite du Conseil d'Etat qu'il ordonne le sursis à exécution du jugement attaqué sur le fondement des dispositions de l'article 54 alinéa 3 de l'ordonnance n° 63-766 du 30 juillet 1963.

Aux termes de ces dispositions :

> *" Lorsqu'il est fait appel devant le Conseil d'Etat d'un jugement du Tribunal Administratif prononçant l'annulation pour excès de pouvoir d'une décision administrative, la sous-section en formation de jugement, les sous-sections réunies, la section ou l'assemblée du contentieux peuvent, à la demande de l'appelant, ordonner qu'il soit sursis à l'exécution de ce jugement si les moyens invoqués par l'appelant paraissent, en l'état de l'instruction, sérieux et de nature à justifier, outre l'annulation ou la réformation du jugement attaqué, le rejet des conclusions à fin d'annulation pour excès de pouvoir accueillies par ce jugement ".*

.../...

Les conditions posées par ce texte sont, en l'espèce, réunies dans la mesure où les moyens qui viennent d'être exposés ne peuvent manquer d'apparaître sérieux et de nature à justifier tant l'annulation du jugement du 7 juillet 1995 que le rejet des conclusions à fin d'annulation du refus de communication des contrats d'achat d'oeuvres d'art du Musée National d'Art Moderne depuis le 1er janvier 1985 opposé à M. FOREST.

XI.- Dans ces conditions, il serait manifestement inéquitable de laisser à la charge de l'exposant les frais qu'il a dû engager pour faire valoir ses droits dans la présente procédure.

Il s'estime donc fondé à demander, en application de l'article 75-I de la loi du 10 juillet 1991, le versement d'une somme de 20.000 frs, correspondant au montant des honoraires versés à l'avocat soussigné.

PAR CES MOTIFS et tous autres à produire, déduire ou suppléer, au besoin même d'office, l'exposant conclut qu'il plaise au Conseil d'Etat :

- **ORDONNER** le sursis à exécution du jugement attaqué ;
- **ANNULER** le jugement attaqué ;
- **REJETER** les conclusions de première instance ;
- **CONDAMNER** M. FOREST à lui verser une somme de 20.000 frs sur le fondement de l'article 75-I de la loi du 10 juillet 1991,

le tout avec toutes les conséquences de droit.

PRODUCTION

- Jugement attaqué.

pour la S.C.P. d'Avocats au
Conseil d'Etat et à la
Cour de Cassation
Arnaud LYON-CAEN
Françoise FABIANI
Frédéric THIRIEZ
L'Un d'Eux

Fred Forest,

Professeur des Universités,
Titulaire de la Chaire des Sciences
de l'Information et de la Comminication,
Université de Nice,
11 rue Paul Doumer 93100 Montreuil sous Bois.
Tel: 01 48 18 19 51

CONSEIL D ETAT

SECTION DU CONTENTIEUX

RECOURS, MEMOIRE ET CONCLUSIONS DE SURSIS A EXECUTION

POUR: **M. FRED FOREST** pour exécution d'un jugement en date du 7 juillet 1995 par lequel le Tribunal a annulé la décision du Centre National d'Art et de Culture Georges POMPIDOU, refusant de communiquer à M. FOREST les contrats d'achats d'oeuvres d'art du Musée National d'Art Moderne depuis le 1er Janvier 1995.

CONTRE: **LE CENTRE NATIONAL D ART ET DE CULTURE GEORGES POMPIDOU**

SUR LA RECEVABILITE DES ECRITURES PAR M. FOREST

.

Dans ces écritures, devant le Tribunal, j'ai demandé d'une part l'annulation du refus de me communiquer les contrats d'achat d'oeuvres d'art du Musée National d'Art Moderne depuis le 1er janvier 1985, d'autre part la condamnation d'un franc symbolique au titre de dommage intêret.
Le Tribunal m'a donné satisfaction sur le point chef de la demande, mais il a rejeté la demande d'indemnisation.
Le Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou a relevé l'appel et le Greffe du Conseil d'Etat m'a demandé de présenter des observations pour m'y défendre.
En ce qui concerne la nature de plein contentieux qui s'attache à la demande indemnitaire.
Précisément, j'y renonce expressément, tout en maintenant naturellement mes conclusions au seul fait d'annulation.
L'éxigence éventuelle de représentation d'un avocat résultant de la demande indemnitaire que j'avais demandé en Première Instance, c'est pourquoi les présentes écritures, que je produis seul, me semblent recevables.
Si je me trompe, je remercie le Conseil d'Etat de me le faire connaître.

FAITS

Titulaire d'un Doctorat d'Etat soutenu en Sorbonne sur « l'Art Sociologique », précisément, je suis actuellement Professeur des Universités à l'Université de Nice Sophia-Antipolis dont je suis titulaire de la »Chaire des Sciences de l'Information et de la Communication ». Cette activité s'éxerce au sein du Département « Art, Communication, Langages » dans le cadre de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, de la dite université. Mes travaux s'effectuent au sein du Laboratoire du CREA, dont je suis Directeur de recherche pour l' »Esthétique de la communication » A ce titre je dirige un séminaire au sein du Musée d'Art Moderne et d'Art Contemporain de Nice sur la problématique: « Art, Communication, Nouvelles

technologies « .
Ce séminaire devenu, de fait, séminaire de référence au plan européen, avec une reconnaisance internationale, a reçu les félicitations, entre autres, de l'UNESCO, du Conseil de l'Europe, et de nombreuses universités françaises et étrangères...Il a eu pour premier cadre de réalisation, durant quatre années consécutives, l' UFR d'Arts plastiques et Sciences de l'Art de Paris I Sorbonne. Mes travaux en cours, analysent les mécanismes affectant la circulation des oeuvres d'art et leur marché, pour tout ce qui touche l'Art Contemporain, et me conduisent à donner des conférences dans de nombreux pays. Notamment au sein de sociétés savantes et de congrés internationaux, dans les disciplines de la sociologie de l'art et de la communication. En ma qualité de membre de la SFIC, (Société française des Sciences de l'Information et de la communication), j'ai réalisé des travaux, présentés lors de son Congrés National. Par ailleurs, il est de notoriété publique que j'ai publié bon nombre d'articles dans des revues spécialisées de haut-niveau traitant notamment des domaines de l'art et de la sociologie... C'est ainsi que dès 1977 je publiais, déjà, un premier ouvrage aux éditions 10/18 ayant pour titre l' »Art Sociologique », consacré en grande partie au phénomène du marché de l'art, à son analyse scientifique, et aux mécanismes de son économie. Cette activité de chercheur, dans ce domaine spécifique, me vaut de figurer dans certaines éditions du Grand Larousse. Je tiens, par ailleurs, à disposition du Conseil d'Etat la liste compléte de mes titres, de mes activités, de mes publications et distinctions, en qualité de chercheur, qui n'est évoquée, ici, que d'une façon non exhaustive...
C'est à ce titre, bien naturellement, que je me suis intéressé aux achats du Centre National d'Art et de Culture à la suite d'un débat d'idées qui m'a opposé au sociologue Pierre Bourdieu du Collège de France, aprés la publication de son ouvrage » Libre-échange », avec pour co-auteur, précisément, l'artiste Hans Haacke.
Sans doute le résultat de ce travail universitaire et scientifique est-t-il perçu, dans le développement de ses démonstrations intellectuelles, successives, comme un travail critique dans la mesure où il opère un « dévoilement » raisonné du système de l'art, ce qui en tout état de cause ne laisse pas indifférents ses opérateurs institutionnels et professionnels, acteurs déterminants du système en place, compte tenu d'une crise affectant le marché de l'art et le

comportement de ses institutions abondamment commentée par la presse (voir dossier annexe ci-joint.)
Je m'empresse de souligner, ici, que toute étude pour être scientifiquement valable ne saurait, en aucun cas, se fonder que sur un seul cas d'espèce, aussi représentatif soit-il . Mon travail de recherche, pour être significatif, exigeait donc, nécessairement, d'analyser le phénomène sur une période au moins équivalente à dix ans pour en tirer les enseignements statistiques pertinents. Ce qui explicite et légitime ma seconde demande effectuée auprès du Centre National d'Art et de Culture Centre Georges Pompidou.

DISCUSSION

Réponse au point V, et suite :
Le Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou prétend que le Tribunal aurait commis une irrégularité au plan de la procédure en écartant d'office l'arrêté ministériel . Si je comprends bien, le seul reproche qu'il fait au Tribunal m'est en réalité adressé : je n'aurai pas demandé expressément que l'arrêté en question soit déclaré illégal. En tant que de besoin, je le fais expressément devant le Conseil d'Etat.
Au fond le Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou vient d'abord faire valoir que la communication serait de nature à porter atteinte au secret commercial . En quoi il y aurait secret commercial sur la valeur des oeuvres d'art et, surtout, quand il s'agit d'acquisition par un établissement public ? L'argument tiré du fait est ridicule, ce que je dénonce : c'est son opacité.

Réponse au point VII :
L'adversaire, dans son mémoire, en mettant en cause sous différents chefs le Tribunal, dit lui-même que :« *l'oeuvre d'art n'est pas un bien mobilier ordinaire qui ferait l'objet* ***d'un prix fixé d'avance*** *ou qui soit* ***susceptible d'être déterminé de façon rigoureuse et précise****. La « côte »des objets d'art est mouvante et sensible. Outre la rareté et les effets de variation du goût, le prix payé pour une oeuvre à l'occasion d'une transaction déterminée pèse toujours d'une façon très sensible sur la « côte » non seulement des oeuvres de même catégorie ou de même créateur, mais encore sur cette « côte » en général. Aussi, chaque acquisition donne lieu*

à une négociation avec le vendeur qui peut être un marchand, un collectionneur, un artiste ou un simple détenteur occasionnel de l'oeuvre. «
Ce point de vue, qui en l'occurence est un truisme,partagé par tous, et bien naturellement par nous-même, démontre bien, en tout état de cause, les facteurs purement « subjectifs » qui sont les déterminants du prix fixé pour une acquisition. Les prix consentis à l'Etat Français à travers les Musées Nationaux, les FRAC et les CNAC, peuvent être, en effet, privilégiés, mais de même façon, sans la transparence que nous réclamons, et ce que nos recherches mettent en évidence, ils peuvent être, a contrario, abusivement gonflés... Cette opinion est fondée, non seulement, sur mes propres travaux d'enquêtes, de chercheur, mais également à des titres différents, sur ceux d'universitaires, comme Raymonde Moulin et Yves Michaud, dont les ouvrages font autorité en la matière.
Enfin, s'il est vrai, comme le précise l'adversaire, que » *ces vendeurs qui sont aussi parfois des donateurs, entretiennent le plus souvent des rapports historiques ou intellectuels, voire affectifs,et, par là même privilégiés avec les musées acquéreurs...* » , il ne faut pas omettre, d'ajouter en ce qui concerne l'Art Contemporain, pour la vérité des faits, et la rigueur de la démonstration, qu'il sont aussi, la plus part du temps... des opérateurs du marché et de la spéculation sur les oeuvres, soit directement, soit indirectement. Et, qu'en tout état de cause, comme les faits l'on avérés, cette situation ambigüe, entretenue par le refus systématique de transparence, loin de servir les intérêts de l'Etat lui est au contraire profondément préjudiciable. Préjudiciable au titre de deux chefs principaux . **Péjudice financier :** dans la conjoncture actuelle où l' effondrement du marché, fait suite à une spéculation effrénée,précisément entretenue par les opérateurs, sus-mentionnés, sachant, par ailleurs, que l'Etat Français assure, à lui tout seul, pour 80%, environ, des acquisitions relatives à l'Art Contemporain sur ce marché... **Préjudice moral :** pour l'atteinte qui est faite à l'image de nos institutions culturelles, touchée de plein front, comme en témoignent les articles de presse, réunis en annexe, et dont le refus de transparence, sous des prétextes fallacieux, ne peut qu'en agraver le cas.
Enfin, l'adversaire admettant, de lui-même, que « *la jurisprudence n'a semble-t-il pas encore eu l'occasion de se prononcer sur le présent cas* » , il ne nous parait pas utile de gloser en la matière, attendant, précisément, que la sagesse

du Conseil d'Etat le détermine, en toute connaissance de cause.

Réponse au point VIII :
Le document à caractère nominatif. Il ne s'agit de porter un jugement de valeur sur une personne... mais d'obtenir, précisément de connaître la valeur qui a été donnée à une oeuvre d'une personne physique.

Réponse au point XI :
En quatrième lieu, mon but ne serait que le moyen de critiquer la politique des Musées, de me faire de la publicité et d'utiliser les sources obtenues pour faire des ouvrages commerciaux...
Je me permets de rappeler que nous vivons dans une démocratie et que la critique de la politique d'un Musée n'est pas un moyen de nature à faire déclarer irrecevable un recours, et que d'autre part, si j'ai bien l'intention de rédiger des ouvrages scientifiques qui sont les résultats d'une recherche universitaire de longue date, avec le propos de les faire diffuser, on conviendra qu'il ne s'agit pas de l'exploitation directe des sources obtenues, mais d'une interprétation scientifique de celles-ci, à l'aide de concepts et d'outils offerts en Sciences Humaines, par les connaissances relevant du domaine de la Sociologie.
Enfin, je ne relèverai pas les jugements sur ma personne et les intentions qui me sont prêtées, qui ne sont que procés d'intention. Affirmations de caractéres purement subjectives, et si grotesques, en l'occurence, qu'il me paraît inutile d'y répondre, ici, laissant à leurs auteurs la responsabilité de les justifier, au moment que j'aurai choisi.

Sur les conclusions à fin de sursis à exécution

Il appartiendra au Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou, avant de conclure à ce qu'il soit sursis à l'exécution du jugement, de bien vouloir d'abord l'exécuter.
Je demande,enfin, 5.000 francs pour les frais irrépétibles.

Courrier de Fred Forest adressé à Germain Viatte, daté du 11 octobre 1995
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

Fred FOREST
TERRITOIRE DU M2
60540 Anserville france
Tél. : 44 08 43 05
Fax : 44 08 59 67

Le 11 octobre 1995

DESTINATAIRE : Monsieur Germain Viatte,
Directeur du M.N.A.M
Centre National d'art et de
Culture Centre georges Pompidou.

Monsieur,

Faisant suite à la décision de justice rendue par le Tribunal Administratif de Paris (7ème section, 1ère chambre) le 7 juillet 1995 " Considérant que le refus de me communiquer les contrats d'achat d'oeuvre d'art est entaché d'excès de pouvoir et doit être annulé ", je vous demande dès lors, en conséquence, de bien vouloir le plus rapidement possible me communiquer :

Les contrats d'achat d'oeuvres d'art depuis la Création du Centre georges Pompidou, accompagnés bien entendu des informations relatives, pour chaque oeuvre, des spécifications nécessaires à leur monstration publique, qui sont obligatoires, conformément à l'intégrité de l'oeuvre et au respect de la volonté de l'artiste.

Veuillez agréer, Monsieur, en votre qualité de décideur des valeurs de l'art contemporain, l'expression de mes sentiments, plus ou moins distingués.

Fred Forest

Courrier de Fred Forest adressé à Pierre Bourdieu, daté du 6 novembre 1996
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

Mercredi 6 novembre 96

Prof. Dr. Fred FOREST
CHAIR ESTHETICS OF COMMUNICATION
AND SOCIOLOGIC ART
UNIVERSITY OF NICE SOPHIA-ANTIPOLIS
BP 209 06204 NICE CEDEX 3

Cher Pierre Bourdieu,

Par correspondance en date du 10 août 1994 je vous invitais à intervenir à Nice dans le cadre de mon séminaire. Pour raison de santé vous me faisiez savoir que vous déclinez cette offre. Deux ans plus tard, je la renouvelle, en espérant que vous accepterez de participer à un débat qui portera sur des points essentiels, relatifs à des analyses qui ont contribuées à asseoir votre autorité en matière de "mécanismes" du système de l'art.

En effet, dans un premier temps, le Centre d'art et de Culture Georges Pompidou, s'est vu contraint, à la demande de la CADA, de me communiquer le prix d'achat et le nom du vendeur de la pièce de Hans Haacke titrée "Shapolsky 71".

Dans un second temps, refusant de me communiquer le montant de toutes ses acquisitions depuis 1987, je l'ai fait condamné le 7 juillet 1997 pour excès de pouvoir et à l'annulation de ce refus, par le Tribunal administratif de Paris.

Le jugement n'ayant pas encore été exécuté à ce jour, nous avons saisi le Conseil d'Etat pour le faire respecter. Sa décision interviendra d'un jour à l'autre, et quelqu'en soit le résultat, dont je ne doute pas qu'il ne soit favorable, les conséquences en seront déterminantes et significatives, sur le système de l'art et ses complaisances.

C'est pourquoi, le 23 janvier 1996, j'organise au Musée d'art Moderne et d'art Contemporain de Nice un débat public, sur le thème « Enseignements à tirer d'un procès », auquel je vous invite, ainsi qu'un représentant du Centre National d'art et de Culture Centre Georges Pompidou.

En l'absence des invités, leurs chaises resteront vides – les débats seront filmés par une chaîne nationale de TV.

En espérant votre présence, veuillez agréer cher Pierre Bourdieu l'expression de ma salutations distinguées ——

Fred Forest

PS = A défaut de pouvoir vous rendre à mon invitation, quelqu'en soit le motif, je pourrai lire (ou faire lire) le texte de votre intervention. Merci à vous.

Communiqué rédigé par Fred Forest : annonce de la séance publique au Conseil d'Etat le 15 janvier 1997
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

COMMUNIQUE

Séance publique de jugement le 15 Janvier 1997 à 14 heures , Conseil d 'Etat 1 Place du Palais Royal, 75100 Paris .
-Fred Forest contre le Centre Georges Pompidou.

Fred Forest, artiste du virtuel*, a gagné en première instance, devant le Tribunal Administratif de Paris, le procés qu'il a engagé contre le Centre Georges Pompidou. Le 5 Juin 1995 pour manque de transparence ce dernier a été condamné pour: excés de pouvoir et, également condamné à communiquer à l'artiste les contrats d'achats de toute ses acquisitions depuis l'année 1980. A ce jour, et nonobstant l'invitation que lui en avait faite la C.A.D.A, antérieurement, le Centre Georges Pompidou s'est refusé à exécuter le jugement. En conséquence de quoi, l'artiste a dû saisir le Conseil d'Etat pour son exécution.
Cette séance au Conseil d'Etat du 15 Janvier prochain revêtira une très grande importance dans la mesure où les décisions annoncées induiront des conséquences directes, non seulement, sous un aspect symbolique et éthique, mais possiblement, aussi, d'un point de vue pratique, sur les faits et usages des institutions publiques, et ceux des opérateurs du marché de l'art.

-S'il obtient satisfaction l'artiste aura fait la démonstration, probante, qu'un individu, dans nos sociétés, peut encore avoir gain de cause contre les systémes de pouvoir les mieux établis.... Le rôle de l'artiste étant, avant tout, un rôle symbolique, autant par le messsage délivré par ses oeuvres, que par son action et son propre exemple, dans la société.

-Dans le cas contraire, hélas... sa démonstration n'en restera pas moins, aussi probante, en sens inverse!

* Vente de la prémière oeuvre virtuelle sur Internet, sous le marteau de Maître Binoche à l'Hôtel Drouot à Paris, le 16 0ctobre 1996.

TEL: 01 48 18 19 51

Affiche de présentation d'une séance du séminaire Esthétique de la communication programmée le 23 janvier 1997
Sources : Archives INA – Fond Fred Forest – AR E ORI 00013262 INA 19

UNIVERSITE DE NICE-SOPHIA ANTIPOLIS

Département Art, Communication et Sciences du Langage. (A.C.L)

SEMINAIRE FRED FOREST
ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION

INTERVENANTS: **J-J Aillagon.**. Président du Centre Georges Pompidou.
(sous réserve)
P Bourdieu.. Professeur au Collége de France.
(Sous réserve)
F Forest.....Artiste.(Art Sociologique)
J Mas.....Artiste.(Ecole de Nice)

ENSEIGNEMENTS A TIRER D UN PROCES INTENTE PAR UN ARTISTE CONTRE LE CENTRE GEORGES POMPIDOU

Jeudi 23 Janvier 1997 de 19 à 21 heures
Musée dArt Moderne et d'Art Contemporain de Nice(M.A.M.A.C)

PERFORMANCE DE JEAN MAS..... ECOLE DE NICE

Prochaines séances:-Jeudi 27 Mars... **Ervin Laszlo, Président du Club de Budapest.** Ethique et rôle de l'artiste dans le 3ème millénaire
-Jeudi 15 Mai.....**Daniel Duthil,Président de Celog.** Le droit d'auteur sur Internet
- Jeudi 19 JUIN.....**Bill Gates,Président Microsoft**

PRODUCTION: DIRECTION DES AFFAIRES REGIONALES ET CONSEIL GENERAL DES ALPES MARITIMES. SOUTIEN TECHNIQUE- Diaco Tele Video (D.T.V)

Internet: http://www.imaginet.fr/forest
http://www.monaco.mc/exhib/territories

Index

A

B

C

D

E

F

I

L

M

N

P

R

S

T

V

Z

INDEX DES NOMS PROPRES

A

B

C

D

E

F

G

H

K

L

M

P

R

S

T

V

Chronologie

Fred Forest : CHRONOLOGIE

1933

- Naissance à Mascara, Algérie, le 6 juillet 1933

1954

- Contrôleur des postes et télécommunications jusqu'en 1971 (en Algérie, puis en France à partir de 1962)

1958

- Exposition de groupe, Maison de la Culture (rue du Louvre), Paris (France)

1959

- Exposition de groupe, Galerie Le Primatice, Oran, Algérie

1963

- *Le 3 arrive* (peinture)
- *Cheval mythique* (peinture)

1965

- Exposition de groupe, 15ème Salon Provence/Côte d'Azur/Corse, Marseille
- Exposition de groupe, 46ème Salon des P.T.T., Paris
- Exposition de groupe, Galerie Ligoa Duncan, New York (USA), du 24 janvier au 14 février 1965
- *Cuisine* (peinture)
- *Les formes colorées* (peinture)
- *Les formes colorées* (tapisserie)
- *La plante rouge* (peinture)
- *Les rois mages* (peinture)
- *Le prophète en fausses perspectives* (peinture)
- *Tête de femme* (peinture)
- *Triptyque* (peinture)
- *Puits*
- *La ville*
- *Cartographie imaginaire*
- *Personnage*
- *La cité suspendue*
- *Le puzzle*
- *Sans titre* (entre 1965-1967)
- *Le violoncelle* (tapisserie, entre 1965-1968)
- *L'arroseur de chien* (tapisserie, entre 1965-1968)
- *Le printemps* (tapisserie, entre 1965-1968)
- *L'arlequin* (tapisserie, entre 1965-1968)
- *Ghost in the night* (tapisserie, entre 1965-1968)
- *Les 4 cibles* (tapisserie, entre 1965-1968)
- *Les flammes vertes* (tapisserie, entre 1965-1968)
- *Magie nègre* (tapisserie, entre 1965-1968)
- *Composition grave* (tapisserie, entre 1965-1968)

1967

- Exposition personnelle de dessins au Centre Culturel Français, Alger, Algérie, du 13 février au 15 mars 1967
- Exposition personnelle Galerie d'Art Tuffier, Les Andelys (France) du 27 mai au 12 juin 1967
- Exposition de groupe, Biennale Della Regioni, Ancone, Italie

- Exposition de groupe, 1re Biennale Internationale de Mérignac, juin 1967
- *Portrait de famille,* L'Haÿ-les-Roses (animation)
- *La cabine téléphonique* (vidéo)
- *Le mur d'Arles* (vidéo)
- *Le champ du monde* (tapisserie)
- *Sans titre* (peinture)
- *Coups de becs* (peinture)

1968

- Exposition de groupe, 5ème Salon de peinture, Montélimar, janvier 1968
- Exposition personnelle, Hôtel Hostalrich, Festival musical de Prades, juillet 1968
- Exposition de groupe, Annuale Italiana d'Arte Grafica, Ancone, Italie, du 15 août 1968 au 10 janvier 1969
- Exposition de groupe, Château de Fontainebleau du 5 au 15 octobre 1968
- *Sans titre* (dessin)

1969

- Création du « tableau-écran », janvier 1969
- Exposition « Interrogation 69. Les aspects les plus avancés de la recherche », Chapelle Sainte Croix, Tours, avec la collaboration de Luc Ferrari pour l'environnement sonore
- Exposition personnelle, Galerie Arrabal, Callosa de Ensaria, Espagne
- *Tamerlan 69* (peinture)
- *Portrait au chapeau* (peinture)
- *Sans titre* (peinture)
- « Tableau-écran » (installation)
- *Interrogation 69* (installation)

1970

- Participation à la Foire Universelle d'Osaka, Japon, avec Luc Ferrari et Pierre Lafleur
- Exposition de groupe, « L'Art dans la ville », Fontainebleau
- Dessinateur de presse aux journaux *Combat* et *Les Échos*, Paris

1971

- Participation au Salon « Grands et Jeunes d'aujourd'hui », Les Halles, Paris
- Participation au 2e Salon international de l'audiovisuel, Paris, janvier 1971

1972

- Série de *space-media* : le premier paraît dans *Le Monde* le 12 janvier 1972
- Exposition des réponses au premier *space-media*, Centre Albertus Magnus, Paris
- Création de l'association « Recherches et communication » : série de rencontres publiques avec Jean Duvignaud, Vilém Flusser, Abraham Moles, Edgar Morin.
- Participation au Salon « Grands et Jeunes d'aujourd'hui », Grand Palais, Paris. Première rencontre avec Hervé Fischer.
- Rencontres régulières entre Fred Forest, Hervé Fischer et Jean-Paul Thénot
- Participation au Salon « Comparaisons », Grand Palais, Paris : *Exposition d'une prise de 220V*
- Exposition des réponses au premier *space-media*, Institut de l'Environnement, Paris
- Participation à « Action Film/Vidéo », Galerie Impact, Lausanne, Suisse.
- Exposition personnelle, « Rencontre avec… », Musée des Beaux Arts, Lausanne, Suisse : *Animation foraine* et *300 cm2 de space-media* dans *La Tribune de Lausanne*, Lausanne, Suisse, novembre 1972.
- Exposition de groupe, « Inter-Étrennes », Galerie Lara Vincy, (commissariat : Pierre Restany et Alex Mlynarcik), décembre 1972
- *Space-media n°1. Titre de l'œuvre : 150 cm2 de papier journal* (expérience de presse)
- *Le blanc à la télévision* (télédiffusion)
- *Le media médiateurs* (expérience de presse)
- *Les voyageurs du Capitole* (installation)
- *Les gestes dans les professions et la vie sociale* (vidéo)

1973

- Exposition personnelle, *Archéologie du présent / Autopsie de la rue Guénégaud*, Galerie Germain, Paris, mai 1973

- Participation à « Art 73 », Die Internationale Kunstmesse Art Basel, Galerie Die Brücke, Bâle, Suisse, juin 1973
- Participation au Salon « Grands et Jeunes d'aujourd'hui », Grand Palais, Paris.
- *Vidéo- troisième âge*, Hyères (France) avec Jean-Philippe Butaud et Vilém Flusser, du 25 juin - 11 juillet 1973
- Participation à la 15ème Triennale de Milan, Italie.
- Participation à la XIIème Biennale de São Paulo, Brésil. Prix de la Communication.
- *Promenade sociologique* (animation)
- *Autopsie de la rue Augusta* (installation)
- *Enquête de rue* (Brésil)
- *Animation radiophonique : O som e voce*
- *Le blanc dans la ville* (animation)
- *Série de space-media / Brésil* (expériences de presse)
-

1974

- *Auto-perception électronique*, C.A.Y.C. (Centre d'Art et de Communication), Buenos Aires, Argentine, janvier 1974
- Participation à « Open-Circuits.The Future of Television », Musée d'Art Moderne, New York, USA ; présentation de la vidéo du *Blanc envahit la ville*. En présence de Vilém Fluser et Jorge Glusberg, 23 - 26 janvier 1974
- Exposition de groupe, « Art Systems in Latin-America », I.C.C. (International Culturel Centrum), Antwerpen, Belgique
- Exposition personnelle, « Compte rendu d'une action », Galerie Germain, Paris, 28 mai - 8 juin 1974
- *Vidéo-portrait d'un collectionneur*, dans le cadre d'une vente de Maître J.C.Binoche, Espace Cardin, Paris, 26 juin 1974.
- Fin des travaux vidéo « Les gestes dans les professions », réalisation de la vidéo *Les gestes du professeur* (avec Vilém Flusser)
- Fondation du Collectif d'Art sociologique avec Hervé Fischer et Jean-Paul Thénot, Paris; publication du manifeste dans le journal *Le Monde,* le 10 octobre 1974
- *Restany dîne à la Coupole*, La Coupole, Paris, 22 octobre 1974
- Exposition de groupe « Artist for Democracy », Royal College of Art, Londres, Grande-Bretagne, octobre 1974
- Exposition de groupe, « Art Vidéo Confrontation », *Socioanalyse électronique de l'avenue du Président Wilson*, Musée d'Art Moderne de la ville de Paris (A.R.C.2), Paris, novembre 1974
- Exposition de groupe, « L'Art contre l'idéologie », organisée par Bernard Teyssèdre, Galerie Rencontre, Paris, décembre 1974 - janvier 1975
- *Socio-analyse de la circulation parisienne* (installation)

1975

- Exposition de groupe organisée par le Collectif d'Art Sociologique, « Art sociologique I. L'Art et ses structures socio-économiques », Galerie Germain, Paris, janvier 1975
- *Un Vieira Da Silva dans un coffre-fort*, Galerie Germain, Paris, janvier 1975
- Exposition de groupe, « Vidéo », Palais des Beaux Arts, Bruxelles, Belgique, février - mars 1975
- Exposition de groupe, « Vidéo alternative », C.A.Y.C. (Centre d'Art et de Communication), Buenos Aires, Argentine.
- Exposition de groupe, « New-Media n°1 », Malmö, Suède, 22 mars - 19 mai 1975
- Exposition de groupe avec le Collectif d'Art Sociologique, « Art Sociologique II Problèmes et Méthodes », Galerie Mathias Fels, Paris, mars 1975
- Exposition de groupe, « Video Show », The Serpentine Galery, Londres, Grande-Bretagne, mai 1975
- Exposition du Collectif d'Art Sociologique, I.C.C. (International Cultureel Centrum), Antwerpen Belgique, 5 avril - 4 mai 1975
- Exposition de groupe, Galerie Wspolczesna, Varsovie, Pologne, mai 1975
- Exposition de groupe avec le Collectif d'Art sociologique, « Art Sociologique III Art et Communication », Institut Français de Cologne, Allemagne, mai 1975
- Exposition du Collectif d'Art Sociologique, Musée Galliera, Paris, juin - août 1975 : *J'expose Madame Soleil en chair et en os*

- Exposition de groupe, Galerie Falazik, Neuenkirchen (Allemagne), 21 juin - 15 septembre 1975 ; Musée d'Art Moderne de Paris, ARC2, Paris, 13 novembre - 14 décembre 1975
- *Biennale de l'an 2000*, São Paulo, Brésil, octobre 1975
- *La conférence de presse comme performance*, Musée d'Art Moderne de Rio de Janeiro, Brésil, 25 octobre 1975
- *Téléchoc Téléchange* (animation)

1976

- Création de l'École Sociologique Interrogative, par les membres du Collectif d'Art Sociologique (jusqu'en 1978)
- *La famille vidéo*, Cologne, Allemagne, juin 1976
- 37ème Biennale de Venise, Italie, invitation du Collectif d'Art Sociologique par Pierre Restany, juillet - octobre 1976. Le projet *Bombardando Venezia*
- Participation aux 3èmes Rencontres internationales du Portugal, organisées par Elgidio Alvaro : *Itinéraire sentimental d'un émigrant*, Povoa de Varzim, Portugal, août 1976
- Participation à une animation avec le Collectif d'Art Sociologique, Perpignan, septembre 1976
- *La photographie du téléspectateur*, *R.T.B.*, Belgique, 13 novembre 1976
- *Enquête Art sociologique*

1977

- Participation au « Salon de l'audiovisuel et de la communication », Palais des Congrès, Paris, janvier 1977
- Participation aux 7èmes Rencontres internationales ouvertes de vidéo, Fondation Miro, Barcelone, Espagne, février 1977 ; *Vidéo dans une chambre d'hôtel*
- *Mètre carré artistique / Mètre carré non artistique* (Espace Cardin, Paris mars 1997 / Hôtel Crillon, Paris, octobre 1977)
- Documenta 6, Kassel, Allemagne, 24 juin - 2 octobre 1977
- Exposition de groupe Galerie Rémont, Varsovie, Pologne, juillet 1977
- Publication de l'ouvrage *Art sociologique*, Paris, UGE, 1977
- *Discours dans un fauteuil* (installation)

1978

- *Action vidéo Julia Margaret Cameron*, Galerie Die Brucke, Vienne, Autriche, février-mars 1978
- *La maison de vos rêves*, journal *La Tribune de Lausanne* et Musée des Beaux Arts, Lausanne, Suisse, novembre-décembre 1978

1979

- Présentation du projet du *Territoire du mètre carré*, Fondation De Apple, Amsterdam, Pays-Bas, 11 avril - 8 mai 1979
- Participation au " Symposium Art Performance ", organisé par Orlan, Lyon, avril 1979
- Exposition personnelle, Installation vidéo " Vidéo Nucléaire ", Galerie Friedrich, Cologne, Allemagne, juin 1979
- Exposition de groupe, " Tendances de l'art en France ", Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris, ARC 2, Paris, octobre 1979 ; *Libé œuvre d'art*
- *Vidéo nucléaire / Atomkraft* (installation)

1980

- Manifestation de groupe, " Vidéo et performances vidéo ", Institut Goethe, Paris, 4 - 6 février 1980.
- Publication des « Actes II » du manifeste de l'art sociologique dans *Le Monde* (7 février 1980), n°10894
- Installation du *Territoire du mètre carré* à Anserville

1981

- Exposition de groupe, Centre d'animation culturelle, Cergy, " Regarder l'art ? "
- Art 12/81 Basel. Présentation du projet du Territoire à Bâle, Suisse, juin 1981

1982

- *La Bourse de l'Imaginaire* (animation), Centre Georges Pompidou, Paris, juin - juillet 1982
- Participation au Congrès international de sociologie, Mexico, Mexique, 16 - 21 août 1982.

1983

- Exposition personnelle, *La conférence de Babel* (animation/installation), Espace Créatis, Paris, 18 - 31 janvier 1983

- Exposition de groupe, Frauenmuseum Bonn, Allemagne, 8 mai - 19 juin 1983 ; *Autopsie du discours politique* (installation)
- *L'Art Sociologique aux 24 heures du Mans*, Le Mans, 1983
- Fondation avec Mario Costa du *Mouvement de l'Esthétique de la Communication*, Mercato San Severino, Italie, octobre 1983
- *À Propos du blanc,* expérience de presse dans *Le Monde*, vendredi 7 octobre 1983
- *Intervention immédiate* (performance)
- *L'art sociologique aux 24 heures du Mans* (vidéo)
- *Ici et maintenant* (performance)
- Exposition de groupe, « Electra », Musée d'Art Moderne, Paris, 10 décembre 1983 - 5 février 1984 ; *Espace communicant* (installation/animation)

1984

- Exposition Kulturfabrik, Koblenz, Allemagne, mars 1984
- *Bleu électronique. Hommage à Yves Klein*, Museo del Sannio, Benevento, Italie, mars 1984
- *Réseau Passé-Présent*, Lille, avril 1984
- Exposition de groupe, « Écritures dans la peinture », Centre National des Arts Plastiques, Nice, avril - juin 1984 ; *Les mots dans la télévision* (installation)
- *Apprenez à regarder la télévision avec votre radio*, Foire internationale art contemporain, Paris, octobre 1984
- Participation au Salon Grands et Jeunes d'aujourd'hui, Grand Palais, Paris, septembre - octobre 1984
- *Les cailloux radiophoniques*, Lyon, novembre 1984
- *Du passé au futur en passant par maintenant* (installation)

1985

- Thèse Doctorat d'État, Sorbonne, Paris, 18 janvier 1985.
- *Célébration du présent / Téléphone dans une télévision*, Artmedia I, Salerne, Italie, 25 - 26 mai 1985
- *Sculpture téléphonique planétaire*, Performance Galerie Brachot, FIAC, Paris, octobre 1985
- Organisation d'un colloque « Art et Communication », Université Paris/Sorbonne, Paris, 14 - 15 octobre 1985
- Publication du Manifeste de l'Esthétique de la communication, dans la revue *+-0*, Bruxelles, Belgique, n°43, octobre 1985

1986

- *Le vase brisé*, Artcom 86, École Nationale Supérieure des Beaux-arts, Paris, janvier 1986
- *Jeux d'eau*, Fondation Armando Verdiglione, Senago, Italie, mars 1986
- *Les robinets électroniques*, Artmedia II, Salerne, Italie, mai 1986
- *Le rallye téléphonique*, Artcom Koln 86, Cologne, Allemagne, juin 1986
- Participation au "Congress of Sociology ", New Delhi, Inde, août 1986; *Tirer des fils* (performance)
- Présentation de *Le temps de l'écriture électronique*, Grand Palais, Paris, septembre 1986
- Présentation de *Bonjour Monsieur Marshall*, Galerie Isy Brachot, FIAC, Grand Palais, Paris, octobre 1986
- Participation aux Journées Internationales de l'IDATE, Montpellier, novembre 1986 ; *Le réseau TELEPAT*
- Organisation du séminaire « Art, Communication, Nouvelles Technologies », Sorbonne, Paris, invité Laurent Tauléra, 2 décembre 1986.

1987

- Séminaire annuel « Art, Communication, Nouvelles Technologies », Université Paris/Sorbonne. Invités successifs : Denis Brunetti, Bernard Paillard, Père Jean-Michel Di Falco, Aude de Thuin, Derrick de Kerckhove, Michel Saloff, Claude Faure, Hélène David
- *Big String*, Abbaye de Thaon, France, Galerie Fashion Moda, New York (USA), juin 1987
- *Le nu sur le câble*, Cergy Télé Service, juin 1987
- *Champ de fréquence 14 000 hertz*, installation (sans invitation) dans les locaux de la Documenta 8, Cassel, Allemagne, juin 1987
- Participation à la table ronde « Pour une télématique culturelle », Centre Georges Pompidou, Paris, 18 novembre 1987

1988

- Séminaire annuel « Art, Communication, Nouvelles Technologies », Université Paris/Sorbonne. Invités successifs : Jean-Claude Anglade, François Soulages, Jean-Marc Philippe, Renato Barilli, Jurgen Claus, Heinz-Peter Schwerfel, Mario Costa, Hans Peter Ott
- *À la recherche de Julia Margaret Cameron*, Musée des Beaux-arts, Toulon, 21 janvier 1988
- Participation à la table ronde colloque « Image du corps et corps vivant », La Seyne sur mer, 22 janvier 1988
- Conférence tenue au département des Sciences de la Relation et de la Communication, Université de Naples, Italie, 11 février 1988
- Participation au colloque « Vers une Culture de l'interactivité », Cité des Sciences et de l'Industrie, Paris, 19 - 20 mai 1988
- Participation au colloque « Peut-on se débarrasser des images ? », École Nationale d'Art, Cergy, 17 - 19 mai 1988
- Participation au 5ème Congrès International des Arts de la rue, Musée d'Art Moderne, Dunkerque, 17 - 18 juin 1988
- *Les eaux mêlées*, Musée Ludwig et Galerie Friedrich, Cologne, Allemagne, septembre - octobre 1988
- *Le Trou*, expérience de presse dans *Nord-Matin*, Lille, novembre 1988
- Participation au colloque organisé par l'U.N.E.S.C.O., « Que devient la culture dans notre société médiatique ? », Lille, 28 novembre - 1er décembre 1988
- *Tirer des fils entre Toulon et New Delhi* (performance)

1989

- Séminaire annuel « Art, Communication, Nouvelles Technologies », Université Paris/Sorbonne. Invités successifs : Manfreid Eisenbeis, Guiseppe Salerno, Catherine Millet, Reinhold Misselbek, Philippe Queau, Lise Didier
- *Zénaïde et Charlotte à l'assaut des médias*, Musée des Beaux-arts de Toulon, janvier - juin 1989
- *Jogging dans le parc*, Galerie Jacqueline Felman, Paris, 2 février - 5 mars 1989
- Conférence au Musée d'Art Moderne de Villeneuve d'Ascq, 9 mars 1989
- *Rituels télématiques pour nuits blanches,* août 1989.
- Exposition de groupe « Cycle écologique », Goethe Institut, Paris, 17 octobre - 24 novembre 1989
- *Balade pour changements de régimes*, Galerie Donguy, Paris, novembre 1989
- *Hommage à Mondrian*, exposition collective « Technettronica », Villa Bruno, Naples, Italie, décembre 1989

1990

- Séminaire annuel « Art, Communication, Nouvelles Technologies », Université Paris/Sorbonne. Invités successifs : Friedman Malsch, Isabelle Rieusset
- *Mouvement pour le retour définitif à la sculpture classique* avec les étudiants de l'École des Beaux-arts, Poitiers, mars 1990
- Participation au colloque « Autour de Vilém Flusser », École des Beaux-arts, Aix-en-Provence, 11 mai 1990
- Exposition de groupe, « Les quatre éléments », Usine de Méru, juin - août 1990 ; *Mélange* (installation)
- Participation au colloque « Art Creating Society », Musée d'Art Moderne d'Oxford, Grande-Bretagne, 1 - 3 juin 1990
- Participation au XIe Vidéo-Festival de Locarno, Prix Laser d'or, Locarno, Suisse, septembre 1990
- Participation au colloque « Création, Technologie, Imaginaire », F.A.U.S.T. (Forum des Arts de l'Univers Scientifique et Technique), Toulouse, 24 octobre 1990
- *Correspondances : l'œuvre perdue*, Galerie Rivolta, Lausanne, Suisse, novembre 1990

1991

- Exposition de groupe, « Les artistes et la lumière », *La bible électronique* ou *La Bible tirée des sables*, Centre National d'Art et de Technologie de Reims, 10 mars - 19 mai 1991
- Participation au colloque « Cyberspace », Deutsches Museum, Munich, Allemagne, avril 1991
- *Les logiciels de l'imaginaire*, Rectorat de Créteil, mai 1991
- *Fred Forest, Président de la télévision bulgare, pour une T.V. utopique et nerveuse*, Sofia, Bulgarie, 2 - 9 octobre 1991
- Exposition de groupe « Machines à communiquer », *Les robinets planétaires*, Cité des Sciences et de l'Industrie, La Villette, Paris, 25 octobre 1991 - 12 juillet 1992

1992

- Conférence au Centrum Sztuki, Ujazdowski, Varsovie, Pologne, 28 mars 1992
- *Le robinet téléphonique* ou *Remplissez un réservoir à distance par téléphone*, ARSLAB, Art/Sciences, Mole Antonelliana, Turin, Italie, mars - avril 1992
- Participation au Congrès des Sciences de l'Information et de la Communication, Université Lille III, Lille, 23 mai 1992
- Participation au colloque « Les nouvelles techniques de l'image », Association Descartes, Paris, 8 juillet 1992
- Participation au colloque « Art et Cognition », École des Beaux-arts, Aix-en-Provence, 9 juillet 1992
- Vidéo-Festival Locarno, Présentation des clips *Fred Forest, Président de la TV bulgare*, Locarno, Suisse, 4-5-6 septembre 1992
- Participation aux rencontres F.A.U.S.T. (Forum des Arts de l'Univers Scientifique et Technique), Technologie et Imaginaire, Toulouse, 18 octobre 1992
- Participation au colloque « Change ton regard, change ta ville », Argenteuil, 20 octobre 1992
- Participation au colloque ArtMedia IV, Université de Salerne, Italie, novembre 1992
- Conférence, Colloque Vilém Flusser, Institut Goethe, Prague, Tchéquie, 1 - 4 décembre 1992

1993

- Conférence à l'Université d'Osnabrück, Allemagne, 21 janvier 1993
- Participation à la table ronde, Assises Européennes de l'Interactivité, Palais de Tokyo, Paris, janvier 1993
- Conférence, Université Grenoble III, 28 janvier 1993
- Participation au séminaire « Éthique et politique dans la communication », Villa Gillet, FRAC Rhône/ Alpes, Lyon, 28 janvier 1993
- Conférence-débat avec Pierre Lévy, « De l'Art Sociologique à l'Esthétique de la Communication », Université Européenne de la Recherche, Paris, 23 juin 1993
- *Les miradors de la paix*, Graz, Autriche, mai - juillet 1993
- Participation au symposium Vilém Flusser, Antwerpen, Belgique, 28 - 29 octobre 1993

1994

- Participation au colloque « Quel art pour la ville technologique ? », La Villette, Paris, 11 mars 1994
- Participation aux 2èmes Rencontres Internationales Art/Cinéma/vidéo/Ordinateur, Vidéothèque de Paris, mars 1994
- Participation au symposium « Art et Photonique », École nationale supérieure de Physique, Strasbourg, 23 - 26 mars 1994
- Conférence au sujet de l'Esthétique de la communication, Institut d'Arts Visuels, Orléans, 30 mars 1994
- Conférence-débat, « L'Autre face de l'Esthétique de la Communication », Université Européenne de la Recherche, Paris, 31 mars 1994
- Nomination en qualité de professeur émérite à la " Chaire des sciences de l'information et de la communication " de l'Université de Nice Sophia-Antipolis, juin 1994
- Exposition personnelle, *Le Territoire du mètre carré*, Galerie Donguy, Paris, 14 juin - 16 juillet 1994
- Participation au XIIIème World Congress of Sociology, Bielefield, Allemagne, 18 - 23 juillet 1994
- Conférence donnée au Vidéo-Festival de Locarno, Suisse, 14 septembre 1994
- Conférence « La censure dans les médias électroniques », Institut Français de Bucarest, Roumanie, 6 novembre 1994
- Organisation d'un séminaire (à l'année) autour de l'art et de la communication, Université de Nice Sophia-Antipolis, Musée d'Art Moderne et d'Art Contemporain, Nice. Invités successifs : Pierre Lévy, Roy Ascott, Louis Bec, Françoise Holtz-Bonneau
- *Faire battre le cœur de Naples* (installation)

1995

- Séminaire annuel autour de l'art et de la communication, Université de Nice Sophia-Antipolis, Musée d'Art Moderne et d'Art Contemporain, Nice. Invités successifs : Daniel Charles, Isabelle Chemin et Guido Hübner, Pierre Berger, Jean-Paul Bois, Eddie Soulier, Derrick de Kerckhove, Philippe Quéau, Pierre Musso, Annick Bureaud, Mario Costa, Jean-Pierre Dalbéra, Manfred Eisenbeis, François Rabaté, Michel Sicard, Pierre Restany, Mimo Rotella, Eduardo Kac, Mario Costa, Franco Torriani, Yannick Gefffroy, Erkki Huhtamo

- Participation à une table ronde avec Pierre Laffite (sénateur), Jean-Pierre Dalbéra, Sacha Sosno, Louis Bec, M.A.M.A.C., Nice, 29 avril 1995
- Conférence donnée dans le cadre d'Ars Electronica, Brucknerhaus Linz, Autriche, juin 1995
- *De Casablanca à Locarno : l'amour revu par Internet et les média électroniques*, Festival Vidéo et des Arts Électroniques de Locarno, Suisse, 2 septembre 1995
- Participation au symposium « Ratio, Irratio, Imaginatio », Kunstmuseum Luzern, Lucerne, Suisse, 22 - 24 septembre 1995
- Conférence dans le cadre de la manifestation « Tra il fisico e l'lottico », Goethe Institut, Gênes, Italie, 7 octobre 1995
- Participation à ArtMedia V Salerne, Italie, 24 - 25 novembre 1995
- Exposition de groupe, « Arte no seculo XXI », M.A.C. (Musée d'Art Contemporain), São Paulo, Brésil, novembre - décembre 1995
- Conférence au sujet de l'Esthétique de la communication, Département Arts plastiques et multimédia, Université de Brasilia, Brasilia, Brésil, 4 décembre 1995

1996

- Organisation d'un séminaire (à l'année) autour de l'art et de la communication, Université de Nice Sophia-Antipolis, Musée d'Art Moderne et d'Art Contemporain, Nice. Invités successifs : Serge Soudoplatoff, Sophie Lavaud, Christian Huitema, Monika Pajerova, Marco Maria Gazzano, Stéphan Barron, Roger Malina, Pierre Musso
- Conférence « De l'Art Sociologique à l'Esthétique de la communication », École des Arts Décoratifs, Strasbourg, 24 janvier 1996
- Exposition personnelle, *Le Territoire des réseaux*, Galerie Pierre Nouvion Monaco, 22 février - 8 mars 1996
- Conférence donnée dans le cadre du « Printemps des Artistes », Maison de la culture de Metz et École des Beaux-arts, Metz, mars 1996
- Conférence sur l'Esthétique de la communication, Maison de la Culture d'Amiens, École des Beaux-arts, Amiens, juin 1996
- Participation au symposium « Media & Ethics », Helsinki, Finlande, septembre 1996
- Participation au Forum des Politiques Technologiques, Eurocités, Nice, 20 septembre 1996
- *Parcelle-Réseau*, vente aux enchères Hôtel Drouot, Paris, 16 octobre 1996
- Participation aux rencontres FAUST 96, Toulouse, octobre 1996

1997

- Organisation d'un séminaire (à l'année) autour de l'art et de la communication, Université de Nice Sophia-Antipolis, Musée d'Art Moderne et d'Art Contemporain, Nice. Invités successifs : Jean Mas, Ervin Laszlo, Daniel Duthil, Jean Jacques Raynel, Annick Bureaud
- Participation au colloque « Regard de l'artiste sur les nouvelles technologies », Musée de la Corse, Corte, 1er avril 1997
- Participation à une table ronde, « Parcours du regard » avec Marcelin Pleynet, Hervé di Rosa, François Boisrond, Oletta, Corse, août 1997
- Participation au colloque « Arts and Artists in the New Info-communication Society », Télécom Interactive 97, Genève, Suisse, 11 septembre 1997
- Participation au colloque « De l'Europe aux collectivités locales, multimédia et citoyenneté européenne », L'Aventure du Savoir, Sources d'Europe, Arche de la Défense, Paris, octobre 1997

1998

- Organisation d'un séminaire (à l'année) autour de l'art et de la communication, Université de Nice Sophia-Antipolis, Musée d'Art Moderne et d'Art Contemporain, Nice. Invités successifs : Franck Sérusclat, Norbert Hillaire, Françoise Schmitt et Bruno Chabannes, Alain-Dominique Perrin, Jean-Michel Billaut, Richard Delmas
- Publication de *Pour un art actuel. L'art à l'heure d'Internet*, Paris, L'Harmattan, novembre 1998
- *J'arrête le temps* (site internet)
- *La machine à travailler le temps* (site internet)

1999

- *La machine à travailler le temps*, Espace Landowski, Boulogne Billancourt, décembre 1998 - janvier 1999

- *Touch-me*, œuvre interactive au Milia 1999, Cannes, février 1999
- *Techno-mariage*, mariage avec Sophie Lavaud, Fête de l'internet, mairie d'Issy-les-Moulineaux et Internet, 18 mars 1999
- *Le centre du monde*, Espace Pierre Cardin, Paris, septembre 1999
- *Une pomme peut en cacher une autre*, Sion, Suisse, octobre 1999
- Participation au symposium « Cyberart », Université d'Alicante, Espagne, 25 - 27 novembre 1999

2000

- Participation au colloque autour d'Abraham Moles, École Supérieure des arts décoratifs, Strasbourg, 18/19 janvier 2000
- Exposition de groupe, commissaire Pierre Restany, « Cette culture qui vient de la rue », Galerie Municipale, Vitry-sur-Seine, 10 mars-14 mai 2000.
- Participation au colloque « Art et travail au 3ème millénaire », Rivage des Arts, Palais des Congrès, Perpignan, mai 2000
- *Dansons sur le pont d'Avignon- Graffitis*, Fête de l'Internet, Avignon, mars 2000
- Exposition de groupe, « Conceptual Art and Conceptualism 70's », MAC (Musée d'art contemporain de l'université de São Paulo, Brésil, juin 2000.
- Publication de *Fonctionnement et dysfonctionnement de l'art contemporain : un procès pour l'exemple*, Paris, L'Harmattan, septembre 2000
- *Couleur-Réseau*, vendu aux enchères publiques Drouot Montaigne, Paris, 28 octobre 2000
- Conférence au 5ème Salon du multimédia et d'Internet, Cap Cyber, Nice, 19 novembre 2000
- Table ronde à Paris I Sorbonne avec Anne-Marie Duguet, Edmond Couchot, Mario Costa, dans le cadre du CREA Symposium ISEA2000, Paris, décembre 2000

2001

- Expo de groupe " Critique et utopie" Centre des livres d'artistes Saint Yrieix la Perche, 21 février au 26 mars 2001
- Conférence à l'école des Beaux-arts, Clermont-Ferrand, 21 mars 2001
- Participation à une table ronde, « Du local au global », Conservatoire des arts plastiques Fresnes (Isabelle Rieusset-Lemarié, Laurent Danchin, Louis José Lestocart), mai 2001
- Participation à Art-Jonction à Nice du 1 au 4 juin 2001 ; table ronde Norbert Hillaire, Christiane Ramon-Bordes, Sophie Lavaud, Galerie Oudin
- *Territoire virtuel et territoire réel. Pied réel et pied virtuel* (animation)

2002

- Participation à une journée d'étude « Art et sociologie, sport de combat ? » Avec Yvon Lamy, Alain Quémin, Matthieu Béra, Ecole Nationale d'Art de Limoges 25 janvier 2002
- Conférence à l'ENS Ecole Normale Supérieure dans le cadre du séminaire « Art et cognition : une perspective évolutionniste », Paris
- Conférence à l'occasion du séminaire « Ecrit, images, oral et nouvelles technologie », Université de Jussieu Paris, octobre 2002
- Publication de *Repenser l'art et son enseignement*, Paris, L'Harmattan, novembre 2002
- Organisation avec Mario Costa et Annick Bureaud, du colloque ArtMedia VIII, « De l'esthétique de la communication au Net-Art », Paris, novembre 2002
- *Planeto* (installation)
- *Le territoire du corps : le corps réseau Fred Forest offre son corps à internet* (site internet)

2003

- *Grenoble au centre de la toile,* Fête de l'Internet, mars 2003
- Participation au colloque « Transcultures », ISELP, Bruxelles, Belgique, novembre 2003
- Participation au colloque « L'art et le politique interloqués », CERAP Université Paris I, décembre 2003

2004

- Conférence à L'Espace Nord 251, Liège, Belgique, 19/20 février 2004
- Conférence à l'Université Paul Valéry (SUFCO Multimédia) Montpellier, 10 mars 2004
- Conférence, Carré des Arts, Nîmes, mars 2004
- Conférence au Forum des arts électroniques d'ARCO, Madrid, Espagne, 14 février 2004
- Conférence à l'Université Paul Verlaine, département art, invitation de Jean-Marc Lachaud, Metz, novembre 2004

- Conférence de Fred Forest, Université de Rennes 2, département art, invitation de Françoise Vincent, décembre 2004
- *Internet à la loupe* (site internet)

2005

- *Chemin de croix*, Galerie Christian Depardieu, Nice, septembre - octobre 2005
- *Digital Street Corner* (site internet/animation)

2006

- Participation à une manifestation « Interface » organisée par Marc Jimenez, Université Paris I Sorbonne, Paris, mars 2006
- « Intervention Fred Forest, cours pour les techniciens des leds et journaux électroniques, société de spectacles de Johnny Hallyday » (citation depuis la biographie disponible sur http://www.webnetmuseum.org)
- *Circuits parallèles Rétrospective Fred Forest*, Paço das Artes, São Paulo, Brésil, du 16 mai au 22 juillet 2006
- Conférence à la National Gallery of Canada, Ottawa, Canada, 5 juin 2006
- *Biennale de l'an 3000*, création en ligne, 2006

2007

- *La sentinelle du bout du monde,* Ushuaia, Patagonie
- Exposition personnelle à la Slought Foundation, Philadelphie, USA, février/mars 2007 ; commissariat d'Osvaldo Romberg ; *Un Duchamp dans un coffre-fort* (installation)
- Rétrospective des travaux vidéo, Institut Cervantès, Paris, 25 au 27 avril 2007
- Exposition personnelle, *Les miradors de la paix 15 ans après,* Sarajevo, Bosnie, Galerie 10 M2, 19/30 juin 2007

2008

- Participation colloque « Technarte », Bilbao, Espagne, 24/25 avril 2008
- Co-organisation du colloque international, ArtMedia X, BNF (Bibliothèque Nationale de France) et INHA (Institut National d'Histoire de l'Art) les 12 et 13 décembre 2008
- *Centre expérimental du territoire et laboratoire social* (Second Life)
- *Corrida sur Second life* (Second Life)

Bibliographie

Bibliographie

Fred Forest / Collectif Art sociologique / Esthétique de la communication

1/ Ecrits de l'artiste

[Hors documents non publiés/présentés dans le catalogue : textes/dossiers de présentation, communiqué de presse, etc.]

Ouvrages

FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, 441 p.
FOREST Fred, *Territoire du mètre carré artistique*, Edition du territoire, 1978, n.p.
FOREST Fred, *La bourse de l'imaginaire, bourse du fait-divers, expérience de presse conçue et présentée par Fred Forest*, Paris, Centre Georges Pompidou, 1982, 96p.
FOREST Fred, *Expérience d'art sociologique et communication artistique* (sous la dir. de Bernard TEYSSEDRE), Paris, Université Paris I/Sorbonne, Thèse de doctorat, 1985, 481p.
FOREST Fred, *Correspondances : l'œuvre perdue,* Lausanne, Galerie Rivolta, 1990, 232p.
FOREST Fred, *À la recherche de Julia Margaret Cameron,* Nice, Z'éditions, Musée des beaux-arts de Toulon, 1988, 41p.
FOREST Fred, *100 actions,* Nice, Z'éditions, 1995, 239p.
FOREST Fred, *Pour un art actuel, l'art à l'heure d'Internet*, Paris, L'Harmattan, « Ouvertures Philosophiques », 1998, 267 p.
FOREST Fred, *Fonctionnement et dysfonctionnements de l'art contemporain. Un procès pour l'exemple,* Paris, L'Harmattan, 2000, 268 p.
FOREST Fred, *Repenser l'art et son enseignement; Les écoles de la vie,* Paris, L'Harmattan, 2002, 270p.
FOREST Fred, *Fred Forest Pionnier expérimentateur. De l'art vidéo au net-art,* Paris, L'Harmattan, 2004, 302p.
FOREST Fred, *L'œuvre-système invisible. Prolongement historique de l'Esthétique de la communication et de l'Esthétique relationnelle,* Paris, L'Harmattan, 2006, 228 p.
FOREST Fred, *Art et Internet*, Paris, Cercle d'art, « Imaginaire : mode d'emploi », 2008, 143p.

Articles

FOREST Fred, « De la peinture à l'audiovisuel », in *Revue Pourquoi*, 1972, n°80, n.p.
FOREST Fred, « De l'espace », in *Inpiu*, Milan, 1973, n°8
FOREST Fred (avec FISCHER Hervé, THENOT Jean-Paul), « Manifeste de l'art sociologique », *Le Monde*, 10 octobre 1974
FOREST Fred (avec FISCHER Hervé, THENOT Jean-Paul), « Manifeste II de l'art sociologique », publié dans le catalogue de l'exposition intitulée « Collectif art sociologique. Théorie-pratique-critique », Paris, Musée Galliera, 1975, p.6
FOREST Fred, « Le rôle de l'artiste », in *New Media 1* (catalogue d'exposition), Konsthall Malmö, Malmö, 1975
FOREST Fred, « Animation-activation-communication », *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, pp.23-26
FOREST Fred, « Provoquer la réflexion », in *+ - 0*, Bruxelles, juin 1975, n°9
FOREST Fred, « Animation-communication-Art sociologique », in *Opus international,* numéro spécial « L'art sociologique », Paris, avril 1975, n°55, pp.30-31
FOREST Fred (avec FISCHER Hervé, THENOT Jean-Paul), « Manifeste III de l'art sociologique : Méthodologie et stratégie » (mars 1976), publié dans le catalogue de la 37ème Biennale de Venise, juin 1976
FOREST Fred (avec FISCHER Hervé, THENOT Jean-Paul), « Manifeste IV de l'art sociologique », Paris, février 1977

FOREST Fred, « Ni art, ni science : autre chose », in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.183-202
FOREST Fred, « La république artistique des petits copains », in *Le Matin de Paris*, « Le Centre Pompidou, un an après », Paris, 2 février 1978, n°289
FOREST Fred, « L'art sociologique et sa fonction critique. Le Territoire », in *+ - 0*, Bruxelles, novembre 1979, n°28, p.29
FOREST Fred, « Manifeste de l'art sociologique : Acte II », *Le Monde,* 7 février 1980
FOREST Fred, « Action vidéo et troisième âge », Barcelonne, *Documentos del CIAC*, 1982, n°18, pp.21-43
FOREST Fred, « La bourse de l'imaginaire », in *La bourse de l'imaginaire, bourse du fait-divers, expérience de presse conçue et présentée par Fred Forest*, Paris, Centre Georges Pompidou, 1982, 96p.
FOREST Fred, « Apprenez à regarder la télévision avec votre radio », Paris, 1984. Consulté le 01/01/2010 sur le site :
http://www.webnetmuseum.org/html/fr/expo-retr-fredforest/textes_critiques/textes_divers/aprenez.htm#text
FOREST Fred, « Manifeste pour une Esthétique de la communication », in *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43, Spécial « Pour une Esthétique de la communication », pp.7-16
FOREST Fred, « Le feu du ciel ou la danse des électrons », in *Art press*, hors série n°12 « Nouvelles technologies : un art sans modèle », septembre 1991, p.189
FOREST Fred, « Thématiser l'espace-temps comme pratique artistique », in *Sciences de la société*, Toulouse, Les Cahiers du LERASS, n°26, 1992
FOREST Fred, « Des lunettes roses pour devenir président de la télévision nationale bulgare », in *VIIIème Congrès national des sciences de l'information et de la communication*, Lille (21-22-23 mai 1992), Éditions Centre de Recherche sur la documentation et l'information scientifique et technique, pp.215-218
FOREST Fred, « L'art à l'ère du multimédia et l'esthétique des réseaux », in *Communication et langages*, Paris, Retz CEPL, décembre 1995, n°106, pp.89-103
FOREST Fred, « Mais où commence aujourd'hui et quand finira hier ? », in *Art press* édition spéciale Artmedia VIII « De l'Esthétique de la communication au Net art », Paris, Colloque international CFCE et ENS, 2002, pp.8-9
FOREST Fred, « L'art contemporain est-il contemporain ? », in *Le Monde*, 30 octobre 2004, p.21
FOREST Fred, in *Exposer l'image en mouvement ?* (sous la dir. De CHAMBOISSIER Anne-Laure, FRANCK Philippe, VAN ESSCHE Eric)/ Actes du colloque les 28/29 novembre 2003, Bruxelles, La Lettre volée/ISELP, 224p.
FOREST Fred, « C'est quoi l'art politique ? », in *L'art et le politique interloqués : colloque-disloque* (actes du colloque, sous la direction de Jacques Cohen) Université Paris I – Sorbonne (2005), Paris, L'Harmattan « Collection Esthétiques », 2006, 502p.

FOREST Fred, Séminaires et conférences non publiées ; voir Archives INA – Fonds Fred Forest

2/ Écrits monographiques

ACHARD Maurice, « L'objet-télévision », in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.95-96
ARANTES Priscilla, « Circuits parallèles : rétrospective Fred Forest », in *Circuits parallèles : rétrospective Fred Forest* (catalogue d'exposition), São Paulo, Paço Das Artes, 2006, pp.25-34
BARBU Théophile, « Esthétique de la communication et culture institutionnelle : les promesses d'un dialogue mouvementé », *Correspondances : l'œuvre perdue,* Lausanne, Galerie Rivolta, 1990, pp.20-21
BEN JELLOUN Tahar, « Les limites de la dérision », in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.97-99
BERGER René, « Visualisation électronique et sociologique de la rue », in *Coloquio Artes*, Lisbonne, avril 1974, n°16 ; in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, pp.49-50
BOUSSO Victoria Daniela, « Pour comprendre un peu mieux l'art contemporain : Fred Forest », in *Circuits parallèles : rétrospective Fred Forest* (catalogue d'exposition), São Paulo, Paço Das Artes, 2006, pp.6-7
BROUTCHOUX Daniel, « Rapports psychosociaux des artistes aux mass media », in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.101-111

BUREAUD Annick, « Le territoire online », Paris, 1996. Texte disponible sur le site www.webnetmuseum.org (consulté le 20/08/2009)
BUREAUD Annick, « Entretiens avec Fred Forest (22 décembre 2008, Paris) », *Flusser Studies 08,* evue en ligne http://www.flusserstudies.net/pag/08/bureaud-interview-avec-forest.pdf (consulté le 10/03/2009)
BUREAUD Annick, « Art de la communication, art des réseaux, net-art », in *Art press* numéro spécial Artmedia VIII « De l'Esthétique de la communication au Net art », Paris, Colloque international CFCE et ENS, 2002, pp.10-11
BRUNET Laurent, « Entretien avec Fred Forest (29 mai 2001) », in *Lisières*, Cachan, 15 juillet 2001, 31p.
Collectif, *Opus international,* numéro spécial « L'art sociologique », Paris, avril 1975, n°55. Textes d'Alain BORER, Bernard TEYSSEDRE, Gérard GASSIOT-TALABOT, Jean-Louis PRADEL, Jean-Marc POINSOT, Jacques LEPAGE, Michel MINARD, Catherine PARISOT, Alain JOUFFROY
Collectif, « Pour une esthétique de la communication », numéro spécial +-0, Bruxelles, octobre 1985, n°43 – textes de Fred FOREST, Mario COSTA, Pierre MOEGLIN, Blaise GALLAND, Derrick de KERCKHOVE, Corinne PENCENAT, S.D. SAUEBIER, Heinz-Peter SCHWERFEL
Collectif, « De l'Esthétique de la communication au Net art », *Art press,* Paris, numéro spécial Artmedia VIII, Paris, Colloque international CFCE et ENS, 2002, 30 p. (Textes d'Annick BUREAUD, Mario COSTA, Fred FOREST, Catherine MILLET)
COUTURIER Jean (et OMELIANENKO Irène), « Celui par qui la guerre des ondes a commencé », *Correspondances : l'œuvre perdue,* Lausanne, Galerie Rivolta, 1990, p.32
COSTA Mario, « Ici et maintenant », in *Opus international*, Paris, n°94, été 1984
COSTA Mario, « De l'Art Sociologique à l'Esthétique de la Communication », in *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43 spécial « Pour une Esthétique de la communication », p.58
COSTA Mario, « Principes d'une esthétique de la communication », in « News and Notes Artmedia », Bollettino a cura del Centro internazionale di estetica della comunicazione, Salerno, Janvier 1986 – texte traduit dans BUREAUD A., MAGNAN N., *Connexions. Art, réseaux, médias,* Paris, Guide de l'étudiant en art, ENSBA, 2002, pp.220-222
COSTA Mario, « L'œuvre absente », *Correspondances : l'œuvre perdue,* Lausanne, Galerie Rivolta, 1990, p.33
COSTA Mario, *Le sublime technologique,* Lausanne, Iderives, « Un œil, une plume », 1994, 48p.
COSTA Mario, *L'estetica della comunicazione*, Rome, Castelvecchi Editore, 1999
COSTA Mario, « L'esthétique de la communication et le temps technologique », in *Art press*, Paris, numéro spécial Artmedia VIII « De l'Esthétique de la communication au Net art », Paris, Colloque international CFCE et ENS, 2002, pp.6-7
DEVEZE Jean, « Les espaces multiples de Fred Forest », in FOREST Fred, *100 actions,* Nice, Z'éditions, 1995, pp.26-32
DU CASTEL François, « Technique et esthétique », in FOREST Fred, *100 actions,* Nice, Z'éditions, 1995, pp.33-42
DUTERTRE Gilbert, « Un fond patrimonial français pour la création audiovisuelle », in *Circuits parallèles : rétrospective Fred Forest* (catalogue d'exposition), São Paulo, Paço Das Artes, 2006, p.8
DUVIGNAUD Jean, « Sur cent cinquante centimètres carrés de papier journal », in *Le Monde*, Paris, 3 mai 1972
DUVIGNAUD Jean, « L'art sociologique et sa fonction de provocation », in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, pp.29-31
DUVIGNAUD Jean, « Un bricoleur illuminé », in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.111-114
DUVIGNAUD Jean, « Un pirate » (Préface), in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.15-18
FISCHER Hervé, « Théorie de l'art sociologique », in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, pp.15-22
FISCHER Hervé, « Pour une pratique artistique socio-pédagogique », in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, p.39
FISCHER Hervé, « Hygiène de la peinture », in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, pp.40-41
FISCHER Hervé, *Théorie de l'art sociologique,* Tournai, Casterman, Collection Synthèses Contemporaines, 1977, 199 p.

FISCHER Hervé, « De l'hygiène de l'art à la pratique sociologique utopiste », in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.169-182
FLUSSER Vilém, « L'espace communicant : l'expérience de Fred Forest », in *Communication et langages*, Paris, Retz CEPL, avril 1973, n°18, pp.81-92
FLUSSER Vilém, « Art sociologique », in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, pp.31-35
FLUSSER Vilém, « L'art sociologique de Fred Forest », *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, pp.50-53
FLUSSER Vilém, « Sociologie : l'espace communicant de Fred Forest », in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.114-123
FLUSSER Vilém, « L'Art sociologique et la vidéo à travers la démarche de Fred Forest », in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.357-431
GALLAND Blaise, « Zen et esthétique de la communication », in *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43 spécial « Esthétique de la communication », pp.59-60
GALLAND Blaise, *Art sociologique. Méthode pour une sociologie esthétique*, Genève, Georg, 1987, 312 p.
GALLAND Blaise, « Les tartes à poils ou l'Etat mis à nu par Fred Forest », *Correspondances : l'œuvre perdue,* Lausanne, Galerie Rivolta, 1990, pp.22-26
GAUTREAU Théodore, « Correspondances, ou le devoir d'impertinence », *Correspondances : l'œuvre perdue,* Lausanne, Galerie Rivolta, 1990, pp.27-31
GRITTI Jules, « Fred Forest : une pratique sémioclaste », in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, p.48 ; in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.124-126
GRITTI Jules, *Fred Forest, «* Artiste de la communication, inventeur de l'expérience de presse (entretiens) *»,* in *Presse actualité*, Paris, n°151, janvier 1981, pp.32-39
HAHN Otto, « Entretien avec le Collectif d'art sociologique », in *Problèmes et méthodes de l'art sociologique : à l'initiative du collectif d'art sociologique Fischer, Forest, Thénot*, Paris, Galerie Mathias Fels, mars 1975, 15p.
JUIN Catherine, « Le tableau-écran de Fred Forest », *Photographie Nouvelle*, Paris, n° 50, mai 1971, pp. 9-15
KERCKHOVE (De) Derrick, « Fred Forest et la sensibilité planétaire », in *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43 spécial « Esthétique de la communication », pp.54-55
KERCKHOVE (De) Derrick, *« L'Art planétaire » de Fred Forest,* in FOREST Fred, *100 actions,* Nice, Z'éditions, 1995, pp.15-17
KERCKHOVE (De) Derrick, « Entretiens avec Fred Forest » (été 1993), in FOREST Fred, *100 actions,* Nice, Z'éditions, 1995, pp.63-78
KERCKHOVE (De) Derrick, « Fred Forest, l'envers du terrorisme », in *Art press*, Paris, mai 1984, pp.22-24
LASZLO Jean-Noël, in *À la recherche de Julia Margaret Cameron,* Nice, Z'éditions, Musée des beaux-arts de Toulon, 1988, pp.35-37
LEPAGE Jacques, « L'art dans sa subversion », in *À la recherche de Julia Margaret Cameron,* Nice, Z'éditions, Musée des beaux-arts de Toulon, 1988, pp.15-25
LERUTH Michael F., « From Aesthetics to Liminality : the Web art of Fred Forest », *Mosaic 37.2*, 2004, pp.79-106
LERUTH Michael F., « L'art à l'envers de l'utopie », 2005, disponible sur le site :
www.webnetmuseum.org (consulté le 30/01/2006)
LESTOCART Louis-José, « La vertu épistémologique », in FOREST Fred, *100 actions,* Nice, Z'éditions, 1995, pp.190-193
LEVY Pierre, « L'art de l'implication », in FOREST Fred, *100 actions,* Nice, Z'éditions, 1995, pp.59-62
MAC LUHAN Marshall, « Fred Forest et le téléphone » (1972), in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, p.49
MILEV Nedeltcho, « Fred Forest et la télévision bulgare », in *Communication et langages*, Paris, Retz CEPL, 1er trimestre 1992, n°91, pp. 47-54
MOEGLIN Pierre, « De l'art de la communication à la communication dans l'art », in *Art press*, Paris, n°88, octobre 1984
MOEGLIN Pierre, « L'Esthétique de la communication et la question de la modernité », in *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43 spécial « Pour une Esthétique de la communication », pp.48-49

MOEGLIN Pierre, « Apprenez à regarder la télévision avec votre radio », in *Communication et langages,* Paris, 1985 (2ème trimestre), n°64
MOEGLIN Pierre, « Ce qu'il y a d'esthétique dans la communication et réciproquement », in FOREST Fred, *100 actions,* Nice, Z'éditions, 1995, pp.35-42
MONNIER-RABALL Jacques, « L'arbre et la forêt », in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.127-139
MORICE Anne-Marie ; MAILLET Eric, « Le territoire de Fred Forest : embarquement in médias. Entretien avec Fred Forest », in *Synesthesie,* février 2000, publié en ligne :
http://www.synesthesie.com/reperages/contenu/forest.htm (consulté le 10/08/09)
MORIN Edgar, « Une invitation à une réflexion quasi sociologique », in *Coloquio Artes*, Lisbonne, avril 1974, n°16 ; in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, pp.47-48
PAPENBURG Liselotte, « Fred Forest nous fait courir ... », in *Coloquio Artes*, Lisbonne, septembre 1989, n°82, pp.22-31
PAVIE Yann, « Une expérience de création par les mass media », in *Cause commune,* Paris, mai 1972, n°1 ; in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.142-147
PAVIE Yann, « Ca veut dire quoi space-media ? Entretiens », in *Cause commune*, Paris, juin 1972, n°2
PENCENAT Corinne, « Une esthétique de la communication aujourd'hui », in *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43 spécial « Esthétique de la communication », p.62
POINSOT Jean-Marc, « Les enquêtes de Jean-Paul Thénot : art ou sociologie », in *Opus international,* numéro spécial « L'art sociologique », Paris, avril 1975, n°55, pp.35-36
POPPER Frank, « Etre artiste à l'heure des nouvelles technologies. Fred Forest et l'art de la communication » (1994) in FOREST Fred, *100 action,* Nice, Z'éditions, 1995, pp.43-46
RABATE François, « Esthétique des réseaux et interactivité », dans le Bulletin de l'IDATE, n°20, juillet 1985 (Actes du colloque « Interactivité(s) »), in FOREST Fred, *100 actions,* Nice, Z'éditions, pp.21-24
RAYNAL Henri, « Quand l'art se fait expérimental : audiovisuel, communications et sociologie. Présentation d'un pionnier : Fred Forest », in Revue des PTT de France, Paris, 1975 n°1 (30ème année), pp.37-48
RESTANY Pierre, « Un video-ritrato all'asta », in *Domus*, Milan, octobre 1974, n°539, p.54
RESTANY Pierre, « Restany dîne à la Coupole. Vidéo portrait d'un critique d'art », Paris, 1974 (non publié) ; consulté le 01/01/2010 :
http://www.webnetmuseum.org/html/fr/reflexion/pierre-restany/03_videoportrait.htm#text
RESTANY Pierre, « Art et communication », in Coloquio Artes, Lisbonne, avril 1974, n°16
RESTANY Pierre, « Arte sociologica », in *Domus*, Milan, juillet 1975, n°548, pp.52-53
RESTANY Pierre, « Fischer, Forest, Thénot : une campagne prophylactique à trois », in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, p.7-8
RESTANY Pierre, « La présence de l'absence », Paris, 1975 (non publié) consulté le 01/01/2010 :
http://www.webnetmuseum.org/html/fr/reflexion/pierre-restany/06_presencedelabsence.htm#text
RESTANY Pierre, texte du catalogue de la 37ème biennale de Venise, Venise, 1976, vol.1
RESTANY Pierre, « Un matériel d'auto-expressivité comme objet d'étude sociologique », in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.147-150
RESTANY Pierre, « Paris : six mille cinq cent francs franchi pour un ready-made collectif involontaire », in *Domus*, Milan, août 1977, n°573, p.53
RESTANY Pierre, « Le territoire du mètre carré artistique », in FOREST Fred, *Territoire du mètre carré artistique*, Edition du territoire, 1978, n.p.
RESTANY Pierre, « Fred Forest, aventurier, poète, artiste de la socio vidéo », Paris, 1980, non publié, consulté le 01/01/2010 :
http://www.webnetmuseum.org/html/fr/reflexion/pierre-restany/12_fredforest.htm#text
RESTANY Pierre, « Bourse de l'imaginaire, essence du monde », préface au catalogue de *La bourse de l'imaginaire*, Paris, Centre Georges Pompidou, juin 1982
RESTANY Pierre, « La bible électronique ou la révolution de la vérité », Paris, 1991, (non publié) consulté le 01/01/2010 :
http://www.webnetmuseum.org/html/fr/reflexion/pierre-restany/15_bible.htm#text
RESTANY Pierre, « Proclamation de Pierre Restany. Sur la télévision utopique », Sofia, 1991, non publié, consulté le 01/01/2010 :
http://www.webnetmuseum.org/html/fr/reflexion/pierre-restany/16_proclamation.htm#text

RESTANY Pierre, « Fred Forest : Le Champ du Monde », Nice, 1995, à l'occasion de l'exposition à la Galerie Z'éditions ; consulté le 01/01/2010 :
http://www.webnetmuseum.org/html/fr/reflexion/pierre-restany/17_yvesklein_fredforest.htm#text
RESTANY Pierre, « De l'art sociologique à l'esthétique de la communication, un humanisme de masse », in FOREST Fred, *100 actions,* Nice, Z'éditions, pp.55-58
RESTANY Pierre, « Le centre du monde de Fred Forest », Paris, 1999, à l'occasion de l'exposition Centre du monde à l'Espace Cardin, consulté le 01/01/2010
http://www.webnetmuseum.org/html/fr/reflexion/pierre-restany/22_centredumonde.htm#text
RESTANY Pierre, « Le grand naïf de l'Internet », préface à FOREST Fred, *Fonctionnement et dysfonctionnements de l'art contemporain. Un procès pour l'exemple,* Paris, L'Harmattan, 2000, pp.9-11
RIEUSSET-LEMARIE Isabelle, « L'art ou la poubelle de l'histoire », in *Correspondances : l'œuvre perdue,* Lausanne, Galerie Rivolta, 1990, pp.14-19
RIEUSSET-LEMARIE Isabelle, « Fred Forest ou le paradoxe de l'immédiat dans L'Esthétique de la Communication », in FOREST Fred, *100 actions,* Nice, Z'éditions, pp.47-54
RONA Stéphane, « Art sociologique : Que se passe-t-il ? Le M2 artistique », in *+ - 0*, Bruxelles, juin 1979
ROUILLE Jean-Patrice, « Les spéculateurs et le mètre carré artistique de Fred Forest », in *Opus International*, Paris, n°65, hiver 1978
SAUERBIER S.D., « L'esthétique de la communication, objet de la recherche de l'au-delà », in *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43 spécial « Pour une Esthétique de la communication », pp.64-65
SCHWERFEL Heinz-Peter, « Forest, artiste vidéo », in *+-0*, Bruxelles, octobre 1985, n°43 spécial « Pour une Esthétique de la communication », pp.66--68
SILBERMANN Alphons, « Problématique de l'art sociologique. Entretien », in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, pp.36-37
SOUBIRAN Jean-Roger, « Fred Forest, un entrepreneur de romantisme moderne », in *À la recherche de Julia Margaret Cameron,* Nice, Z'éditions, Musée des beaux-arts de Toulon, 1988, pp.29-33
SZEEMANN Harald, « Fred Forest contre l'Etat de Vaud », in FOREST Fred, *Correspondances : l'œuvre perdue,* Lausanne, Galerie Rivolta, 1990, p.9
TEYSSEDRE Bernard, « L'art sociologique », in *Opus international,* numéro spécial « L'art sociologique », Paris, avril 1975, n°55, pp.16-28
TEYSSEDRE Bernard, « L'art et ses structures socio-économiques » (préface du catalogue de l'exposition *Art Sociologique I*, Paris, Galerie Germain), in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.164-168
TEYSSEDRE Bernard, « Accusé, êtes-vous ressemblant », in *À la recherche de Julia Margaret Cameron,* Nice, Z'éditions, Musée des beaux-arts de Toulon, 1988, pp.11-13
THENOT Jean-Paul, « Esquisse méthodologique », in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, pp.26-29
THENOT Jean-Paul, « Pratique artistique et interventions sociologique », in *Collectif d'Art sociologique. Théorie-pratique-critique* (catalogue de l'exposition), Paris, Musée Galliera, 1975, pp.60-61
THENOT Jean-Paul, « Repères concernant des travaux effectués entre janvier 1969 et février 1976 », in FOREST Fred, *Art sociologique,* Paris, UGE 10/18, 1977, pp.203-226
TORRIANI Franco, entretiens avec Fred Forest, in *Planeta*, Turin, n°59, juillet/août 1969

3/ Catalogues d'exposition

Interrogation 1969, Tours, Galerie Sainte-Croix, mai 1969 (livret)
XII Bienal de São Paulo : catalogo / Fundaçao Bienal de São Paulo, São Paulo, *Fundaçao Bienal de São Paulo*, 1973, 303p.
Impact art vidéo art 74 : 8 jours vidéo au musée des arts décoratifs, Lausanne, Galerie Impact, 1974, n.p.
Art Vidéo Confrontation 74 : ARC 2, Musée d'Art Moderne de la ville de Paris, 8 nov. au 8 déc. 1974 (textes de Suzanne PAGE, Claudine EIZYKMAN, Yann PAVIE et Donald A. FORESTA)
Problèmes et méthodes de l'art sociologique : à l'initiative du collectif d'art sociologique Fischer, Forest, Thénot, Paris, Galerie Mathias Fels, mars 1975, 15p. (Entretien avec HAHN Otto)
Ogon-Blickar-New Media 1: *Malmö Konsthall, 22.3-19.5 1975,* (préface par GünterMetken), Malmö, 1975, 96p.

Collectif d'Art Sociologique, Anvers, ICC [International Cultureel Centrum], 5 avril- 4 mai 1975, 48p.
The Video Show, Londres, Serpentine Galery, 1975 (non consulté)
Vidéo et Art sociologique, Galerie Vspolczeska, Varsovie, 1975 (non consulté)
Collectif d'Art sociologique : théorie, pratique, critique : Hervé Fischer, Fred Forest, Jean-Paul Thénot, Paris, Musée Galliera, juin/août 1975 (textes de BERGER René, DUVIGNAUD Jean, FISCHER Hervé, FOREST Fred, FLUSSER Vilém, GRITTI Jules, MAC LUHAN Marshall, SILBERMAN Alphonse, THENOT Jean-Paul), 76 p.
Une expérience socio-écologique : Photo Film Vidéo, Neuenkirchen '75 exposition, Paris, Musée d'Art Moderne, ARC 2, 1975, (textes de PAGE Suzanne et TEYSSEDRE Bernard), 130p.
Video Festival, Danemark, Arhus Kunstmuseum, 1976 (non consulté)
Catalogue de la 37ème Biennale de Venise (Volume I), commissariat/texte de Pierre Restany, Venise, juin 1976
Catalogue des ventes « Tableaux d'aujourd'hui », Espace Cardin Paris, 1977 (vente du 22 mars 1977)
Documenta 6, Kassel, P.Dierichs, 1977, 3 vol. (Volume II: *Photographie, Film, Vidéo,* 357p.)
Premières rencontres internationales d'art contemporain 03.23.03, Ottawa, Galerie nationale du Canada, 1977
Ecole sociologique interrogative : Hervé Fischer, Fred Forest, Jean-Paul Thénot : Documenta 6, Kassel, juin-octobre 1977, Buenos Aires, Centre d'art et de communication (CAYC), 1977, 38p.
« L'artiste et l'environnement » : une exposition réalisée par l'Agence Art+/Premières rencontres européennes du cadre de vie, Ministère de la culture et de l'environnement, UNESCO, Paris, Agence Art+, 20p.
Artitudes, Galerie d'art contemporain des musées de Nice, 14 novembre 1978-28 janvier 1979, Nice, Direction des musées de Nice, 1979, 108p.
Tendances de l'art en France 1968-1979, (commissaire Gérard Gassiot Talabot), Paris, Musée d'Art Moderne de la ville de Paris, 1979, 112p.
Nucleus I – Mail Art, São Paulo, XVIème Biennale de São Paulo, 1981 (non consulté)
L'institution dans l'institution ou le parasitage comme pratique artistique, Tours, Tours multiple, 1982
La bourse de l'imaginaire, bourse du fait-divers, expérience de presse conçue et présentée par Fred Forest, Paris, Centre Georges Pompidou, 1982, 96p. (Texte de Fred FOREST et Pierre RESTANY)
Electra, L'électricité et l'électronique dans l'art au XXème siècle, Musée d'art moderne de la ville de Paris (10 décembre 1983-5 février 1984), Paris, MAM Paris, 1983, 450p.
Catalogue de l'exposition *L'art et le temps : regards sur la quatrième dimension* (sous la dir. de Michel Baudson), Bruxelles, Palais des beaux-arts, 1985, 270p.
Rencontres et performances sur l'esthétique de la communication, Artcom Paris 86/ Ecole des Beaux-arts, Paris, Artcom, janvier 1986, 32p.
Electronique, êtres de plaisir et de douleur, colloque « Les Transinteractifs », Paris, Centre culturel canadien, 1988 (non consulté)
Le Musée a cent ans 1888-1988, Tome1, Toulon, Musée des beaux-arts de Toulon, 1988, 449p.
A la recherche de Julia Margaret Cameron, Nice, Z'éditions, Musée des beaux-arts de Toulon, 1988, 41p.
Correspondances: l'oeuvre perdue, Lausanne, Galerie Rivolta, 1990, 232p. (Textes de BARBU Théophile, COUTURIER Jean, GALLAND Blaise, SZEEMANN Harald, RIEUSSET-LEMARIE Isabelle)
Les artistes et la lumière, Reims, Le Manège, Maison de la Culture, 10 mars – 19 mai 1991, 48 p.
ARSLAB, Mole Antonelliana, Turin, 1992 (non consulté)
Teleskultur / Kulturadata, Graz, 1993 (non consulté)
Mutations de l'image, Paris, ASTARTI pour l'art audiovisuel, Vidéothèque de Paris, février 1994
Préoccupations : Fred Forest, Lyon, Galerie L'Ollave, 1994, 8p.
Ars electronica 94 : Intelligent Environment, Linz, Vienne PVS Verleger, 1994, 2vol. 257p. 147p.
Ecritures dans la peinture : exposition avril-juin 1984, Nice, Centre national des arts plastiques, Villa d'Arson, 1984, 2 vol. 267p. et 165p.
Atelier d'Art 3000 : créations 95 : Paris Carrousel du Louvre, 29/30 novembre 1995, Jouy-en-Josas, Art 3000, 1995, 23p.
Arte tecnologica : arte no seculo XXI : a humanizacao das tecnologias, São Paulo, Musée d'art contemporain de São Paulo, novembre-décembre 1995, 47p.
IIème Festival Internacional de Video y Artes Electronicas, FIV 96, Buenos Aires, 1-6 octobre 1996
Art virtuel, créations interactives et multisensorielle (commissariat Franck POPPER et Marylis de la MORANDIERE) Boulogne Billancourt, Centre culturel Landowski, Hors série *Beaux-arts Magazine*, décembre 1999

Cette culture qui vient de la rue : Galerie municipale de Vitry-sur-Seine, 10 mars-14 mai 2000 / Pierre Restany, commissaire de l'exposition, Vitry-sur-Seine, Galerie Municipale, 2000, n.p.
New technologies : Ascott, Bolognini, Forest, Kriesche, Mitropoulos : Museo del Sannio, Benevento, Salerne, Artmedi Benevento, 2003, 63p. (préface de Elio GALASSO)
Circuits parallèles. Rétrospective Fred Forest, São Paulo, Paço das Artes, 2006, 121p. (Textes de ARANTES Priscilla, BOUSSO Victoria Daniela, DUTERTRE Gilbert)

Index général du catalogue

1

3

A

B

C

D

E

F

G

H

I

J

K

L

M

N

O

P

R

S

T

U

V

Z

INDEX NOMS PROPRES

A

B

C

D

E

F

G

H

J

K

L

M

P

R

S

T

V

Z