

Qui a peur de l'art contemporain? Réflexions sur les publics (1^{ière} partie)

Volume 43, Number 175, Summer 1999

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/53122ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La Société La Vie des Arts

ISSN

0042-5435 (print)

1923-3183 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

(1999). Qui a peur de l'art contemporain? Réflexions sur les publics (1^{ière} partie). *Vie des arts*, 43(175), 22–25.

Qui a peur de l'art contemporain?

Réflexions sur les publics (1^{ère} partie)

LE TITRE DU DÉBAT QU'A PROPOSÉ *VIE DES ARTS* AU PUBLIC VENU AU CENTRE DE CRÉATIVITÉ DU GÉSÙ, LE 8 DÉCEMBRE 1998, EST VOLONTAIREMENT PROVOCATEUR. IL SE VEUT AINSI UN PEU À L'IMAGE DE BEAU-COUP DE MANIFESTATIONS DE L'ART D'AUJOURD'HUI.

Qui a peur de l'art contemporain? Ce titre questionne un constat: les manifestations d'art contemporain n'attirent pas les foules. Pourquoi?

L'objectif essentiel du débat est parfaitement utopique: combler le fossé qui existe entre les artistes contemporains et un public qui aimerait apprécier les œuvres des créateurs d'aujourd'hui mais n'y parvient pas. Sans doute ce fossé tient-il à un malentendu entre la sensibilité d'un grand nombre d'artistes actuels et l'incompréhension d'un public d'amateurs et de curieux. Beaucoup de gens se sentent exclus alors qu'ils devraient se sentir concernés par ce que leur proposent les artistes. Pourquoi?

Chaque année, la revue *Vie des Arts* invite dans un lieu public aussi bien les spécialistes que les amateurs, les étudiants que les enseignants, les critiques que les artistes et les propriétaires de galeries d'art à prendre la parole autour d'un thème que dicte l'actualité. L'équipe de la revue tente ainsi d'opposer au silence poli et réservé, la liberté de s'exprimer.

Cinq invités ont présenté un exposé dont on trouvera ici de larges extraits:

Mme France Gascon, directrice du Musée d'art de Joliette.

M. Guy Bellavance, sociologue, professeur et chercheur à l'INRS.

Mme Christine Palmiéri, et MM. Bernard Paquet et Jacques-Bernard Roumanes, tous trois enseignants, artistes et critiques d'art et collaborateurs de *Vie des Arts*.

Bernard Lévy, rédacteur en chef de *Vie des Arts*, animait le débat.

Nous publierons la suite des discussions dans notre prochain numéro.

QUI A PEUR DE QUOI ?

QUI FAIT PEUR À QUI ?

LE PUBLIC N'A RIEN À PERDRE

CHRISTINE PALMIÉRI

Qui a peur de l'art contemporain? C'est une question très provocatrice.

À l'heure où tous les acteurs du milieu de l'art contemporain se penchent au-dessus de cet immense laboratoire où toutes les expériences semblent possibles, brassant les codes esthétiques du passé et du présent sans aucune limite éthique et esthétique, la question de la peur posée ici, paraît régir toutes les démarches artistiques dites contemporaines. En effet, le mot peur ou *pavore* en latin archaïque signifie émotion. En latin classique, il signifie terreur. Or, si les grandes œuvres d'art ont provoqué les symptômes du syndrome de Stendhal par excès d'émotion esthétique, inconnues sont celles qui ont provoqué de la terreur ou de la peur. Donc si les œuvres d'art n'effraient personne, on est porté à se demander: *Qui a peur de quoi? Qui fait peur à qui?* Certainement pas les conservateurs ou les commissaires qui nous proposent des expositions où la poésie et l'humour sont à l'honneur, encore moins les artistes qui jouent à déjouer les codes de l'art avec plaisir; et que dire des institutions qui s'évertuent à séduire et à éduquer le public, sans oublier les critiques qui préfèrent ignorer les œuvres qui leur paraissent sans intérêt plutôt que de démolir la carrière d'un artiste? Voici un portrait tout à fait serein du milieu artistique, qui pourtant reçoit régulièrement les foudres de tous ceux qui n'ont pas accès à ce grand jeu car le public n'en connaît pas les règles, de tous ceux qui n'y sont pas acceptés parce qu'eux-mêmes n'acceptent pas de jouer, des

artistes exclus, des lieux de diffusion occultés par le milieu, et enfin de tous ceux qui possèdent des valeurs esthétiques du passé inapplicables aujourd'hui.

Disons-nous, tout au plus, que le public composé des intellectuels et des collectionneurs est déstabilisé devant la multitude des approches et qu'il ne comprend pas pourquoi on encense, par exemple, une œuvre qui ne correspond ni à ses goûts, ni à son jugement, plutôt qu'une autre, que l'on occulte alors qu'il l'aime et la défend selon ses propres critères qu'il croit vrais.

Le public, certes ne peut connaître les critères esthétiques qui motivent les choix, quand le milieu lui-même a rejeté tout critère en se basant sur des paramètres flous et variables. Comme on l'a souvent entendu, l'utilisation de critères figés seraient un acte antidémocratique qui renvoie à une notion d'autoritarisme et ce, autant pour Yves Michaud que pour Georges-Didi Huberman.

Bien que les institutions respectent le mandat qu'elles se sont données, réussissent-elles à informer et à éduquer le public? Nous savons que c'est là une grande utopie qui se réalise à une échelle infinitésimale. Puisqu'il n'y a plus de « critères », y a-t-il des repères guidant les choix qui semblent changer tous les deux ans? Nous connaissons les déboires de la peinture qui meurt par notre dédain et ressuscite par notre nécessité. Un des rares critères qui semble être retenu est la nouveauté et non l'innovation. La nouveauté dans l'inattendu du recommencement *ad infinitum*, ainsi nous assistons à un déferlement de tous les mouvements passés affublés du préfixe *post* ou *néo*, ce qui devrait nous ravir, nous permettant de voir resurgir des formes qui, à peine écloses, étaient reléguées dans les oubliettes de l'histoire.

Disons-nous que la critique cultive encore un esprit d'avant-garde qu'elle n'ose s'avouer? La

perte de repères a entraîné une liberté totale chez l'artiste, qui ne sait plus dans quel sens ajuster ses flûtes pour attirer l'attention des critiques et des conservateurs qui cherchent eux-mêmes la légitimation du milieu en ayant pour mandat de présenter des découvertes que les musées récupéreront. Le jeu consiste à éviter l'étiquette de ringard ou de réactionnaire dans une société où la rectitude politique oblige la tolérance et la liberté d'expression. C'est au nom de cette tolérance et de cette liberté d'expression que naît la crainte qui sévit à tous les niveaux du système de l'art contemporain. Il y a la crainte de ne pas être reconnu, la crainte d'être identifié à, la crainte de perdre toute crédibilité, de ne pas recevoir de subventions et naturellement de perdre son pain quotidien.

Qui a peur de l'art contemporain? Mais tout le monde, bien sûr, car personne ne semble en connaître les règles et personne non plus ne veut être taxé de ringard, mot synonyme de pestiféré! Au nom de cette peur, on est pris à accepter n'importe quoi et à passer peut-être à côté des dernières grandes productions artistiques de cette fin de siècle auxquelles succéderont les œuvres des nouvelles technologies de nos enfants et de nos petits-enfants. Peur légitime qui oblige à agir stratégiquement, car la survie intellectuelle et existentielle de tous les intervenants du milieu en dépend. Peut-être même que seul le public, qui n'a aucun lien avec le milieu, se permet de juger et de critiquer car il ne se sent pas concerné et ne craint pas l'étiquette de ringard. Le public n'a rien à perdre.

Ce qui effraie aussi, c'est la dissolution de l'art que nous observons. Nous craignons pour son avenir, car pour beaucoup d'entre nous, il est le lieu de notre seule croyance, même si, comme dit Michaud, « cela est une conception romantique de l'art. » Qu'allons-nous retenir de tout ce grand chambardement? L'art est-il en train de se suicider à force de répétitions? Roy Ascott a-t-il raison? Faut-il fermer les musées? Faut-il y mettre des bombes? « L'art serait ailleurs », nous dit Fred Forest. En tout cas, nombreux sont ceux qui pensent qu'il n'est plus là.

LE PUBLIC DE L'ART CONTEMPORAIN EST OMNIVORE ÉCLECTIQUE

GUY BELLAVANCE

Quelle est la nature des enquêtes qui concernent les publics de l'art contemporain? Il y a tout d'abord les enquêtes qui portent sur le taux de fréquentation des visiteurs. Elle sont menées à la porte des musées. Elles permettent de mesurer le

taux de fréquentation des musées à des fins comparatives mais aussi de les situer par rapport à d'autres établissements culturels (salles de théâtre, salles de concert, etc.). Il existe des profils de clientèle de musées. Il existe aussi des enquêtes beaucoup plus larges du type panoramique à l'échelle du Québec. Elles sont réalisées par sondage et permettent de repérer les comportements culturels. Il s'agit d'enquêtes que mène notamment le ministère des Affaires culturelles, depuis 1979, tous les cinq ans. Il n'existe pas, à ma connaissance, comme en France, par exemple, des enquêtes de nature beaucoup plus qualitatives sur les consommateurs et sur les personnes qui fréquentent les musées d'art contemporain. De telles études permettraient de cerner les attitudes et les attentes plus profondes des publics. Un autre genre d'enquête n'existe pas non plus qui étudierait comparativement l'offre et la demande. On saurait ainsi s'il y a trop ou pas assez d'artistes ou de produits culturels par rapport au public. Ce genre d'enquête pourrait être induite à partir des données tirées des sondages actuels; néanmoins personne n'a tenté de le faire jusqu'à présent.

Si l'on s'interroge sur les grandes caractéristiques du public de l'art contemporain ou de l'art tout court, il faut savoir que le public culturel ne constitue qu'une fraction de la population globale. Il y a à peu près 20% de la population qui ne participe à aucune sorte d'activité culturelle de type *sortie culturelle*: aller dans un musée, dans une librairie ou à des spectacles aussi bien de musique classique que populaire. Il y a un public occasionnel qui représente environ 30% de la population. Il s'agit des personnes qui assistent à une activité culturelle au plus cinq fois par an. Il y a un public plus assidu qui couvre 50% de la population et au sein duquel se trouve le public de l'art contemporain. Si l'on veut parler de démocratisation culturelle, il faut s'interroger sur les attitudes différentes à avoir vis-à-vis de ces trois types de public. Une autre caractéristique tient à ce que le public d'habitues a une incidence structurante sur la vie culturelle. Même si dans certains cas, il est minoritaire, le public d'assidus peut compter pour 20% du public général mais représenter 70% de la fréquentation d'un musée. Donc l'intensité de la participation des membres de ce public influence considérablement l'évolution de la vie culturelle. Et ce, dans chacun des domaines.

Le cas de l'art contemporain est particulièrement intéressant parce que l'on a affaire à une population d'habitues qui est plus riche que la moyenne. De plus, au sein même du public culturel déjà fortement scolarisé, il est le plus scolarisé. Il s'agit donc d'un public plutôt élitiste.

Au Musée d'art contemporain de Montréal, par exemple, la proportion d'universitaires représente au-delà de la moitié de la fréquentation des visiteurs. Au MAC encore, il y a lieu de souligner l'importance des touristes: plus de la moitié de la population qui fréquente le musée (notamment l'été), vient de l'extérieur du Québec, principalement des États-Unis et de France. Cette différence démarque le MAC par rapport à d'autres établissements comme le Musée de la civilisation dont le public est beaucoup plus local. Les musées sont de plus en plus soumis à une dynamique de tourisme international qui agit considérablement sur l'évolution du choix même des expositions.

Le public de l'art contemporain est beaucoup plus jeune que celui du Musée des beaux-arts ou du Musée du Québec mais aussi que celui de la musique classique.

Le type de consommation: le public de l'art contemporain n'est pas du type puriste. Au contraire, il consomme plus de tout en matière culturelle: théâtre, musique populaire. Il est omnivore éclectique

Il y a trois principaux facteurs de croissance du public: le tourisme international, la hausse de la scolarisation et la médiatisation des événements muséaux qui augmente le public occasionnel.

EST-CE LE LIEU QUI DÉFINIT L'ŒUVRE ?

BERNARD PAQUET

Au début des années 80, dans l'appartement de Jules Lévy, a eu lieu une exposition d'œuvres d'Alphonse Allais qui a attirée quelque 200 visiteurs. Pour la deuxième exposition de ce qu'on appelait les arts incohérents, le 19 octobre 84, dans la galerie Vivienne, plus de 20 000 visiteurs étaient venus voir l'exposition d'art incohérent qui comprenait des monochromes d'Alphonse Allais. Des monochromes: quoi de plus banal! Mais quand on sait que le 19 octobre 84 est le 19 octobre 1884, il y a de quoi être surpris qu'avant les avant-gardes russes, qu'avant Yves Klein, quelqu'un avait fait de la peinture monochrome. Or, quand on pense aux scandales de la fin du XIX^e siècle, on pense surtout à Courbet, Manet, aux *Salons*, c'est-à-dire aux endroits officiels où les peintres désireux d'être reconnus, exposaient leurs œuvres. Si ces monochromes n'ont pas fait scandale au XIX^e siècle, c'est que le lieu où sont présentées des œuvres, a une importance extrême dans la reconnaissance de l'art. Si Alphonse Allais avait eu l'occasion d'exposer des monochromes, en 1884, au Salon, ç'aurait été la révolution avant

**CONTRAIREMENT AUX PRÉJUGÉS,
L'ART CONTEMPORAIN N'EST PAS
NÉCESSAIREMENT ARIDE ET N'AFFICHE
PAS DE MÉPRIS POUR SON PUBLIC**

FRANCE GASCON

Mon expérience du public est très pratique. Il me semble qu'il était naturel d'inviter une personne provenant d'un musée pour débattre de la question du public. J'ai été l'heureuse élue. Le musée a au cœur même de sa mission celle de créer des ponts avec le public. L'idée même du musée est née au siècle des Lumières, au moment où l'on a voulu donner un accès aux collections royales jusqu'alors réservées au seul plaisir du monarque. L'objectif était alors de donner des outils aux citoyens pour mieux comprendre leur univers, leur permettre de placer les œuvres dans une perspective qui leur donnait l'occasion de mieux saisir l'ensemble des productions culturelles. L'art contemporain est devenu et est encore un objet du musée qui s'est approprié ce type de production culturelle; ce qui me paraît parfaitement judicieux puisque l'art contemporain me paraît un excellent outil pour explorer les sensibilités d'une époque.

À l'origine, le thème du débat était *Les publics de l'art contemporain*. Formulé ainsi, il était neutre. Par la suite, c'est devenu *Qui a peur de l'art contemporain?* La question suppose que l'art contemporain fait peur. Il s'agit d'une vision qui oriente la perception. Il y a un sentiment d'impuissance devant la jonction qu'on souhaiterait créer avec le public et qu'on désespère de voir réaliser; la tentation est forte alors de reporter la responsabilité de cet échec sur les artistes qui ont mis de l'avant des formes d'expression plus radicales. Les artistes apparaîtraient donc comme les boucs émissaires dans cette rupture avec le public. Un tel jugement sur l'art actuel ne peut que contribuer à creuser davantage le fossé et à souligner le hiatus qui existe entre la production des artistes depuis la fin du XIX^e siècle et leur public.

Je reviens au musée. Notre responsabilité est de rejoindre le public et d'inciter le plus large public possible à une appropriation symbolique du travail des artistes. Comment définit-on ce public? Tout d'abord ce n'est pas un public homogène. Il n'est pas non plus un public captif. Si les gens viennent au musée, c'est parce qu'ils y gagnent quelque chose. Dans le cas de Joliette, nous avons un public local, régional et un public national: un public de résidents et un public de touristes. De plus, nous avons un public hors les murs si l'on

considère que certaines de nos expositions sont mobiles. Cette année, par exemple, quatre de nos expositions majeures sont présentées dans différentes villes au Québec et au Canada. Donc le public du Musée, c'est aussi le public des productions du Musée: les catalogues, les expositions sur Internet. Il ne s'agit donc pas des seules personnes qui passent le tourniquet d'entrée. Le musée étant un organisme financé essentiellement par des fonds publics se trouve dans l'obligation de gérer le plus efficacement possible les ressources qu'il a à sa disposition et de s'assurer aussi que chaque événement rejoint le mieux possible son public. Ma proposition à moi ce n'est pas que le public soit en décroissance. En effet, les activités en art contemporain ne sont pas nécessairement celles qui attirent le moins le public, au contraire. À partir de mon expérience de directrice du Musée de Joliette, je dirais que parmi les expositions les plus pointues, celle de Monique Mongeau et celle de Raymonde April, ont réussi à avoir une présence médiatique plus importante et elles ont fait se déplacer un public montréalais. C'est aussi ce type d'exposition qui suscite à l'extérieur du Musée une demande et elles circulent. Je pourrais multiplier les exemples. Ainsi, contrairement aux préjugés et à la croyance populaire, l'art contemporain n'est pas nécessairement aride et n'affiche pas de mépris pour son public. Les catalogues constituent une façon supplémentaire de toucher le public particulièrement dans le cas d'un musée éloigné d'un grand centre comme celui de Joliette.

En résumé, je dirais que ça m'attriste que l'on baisse les bras devant les défis que représente le travail de mise en valeur de l'art contemporain. Je souligne bien le mot *défi* pour prouver que je ne nie pas les difficultés. Tout l'art de pointe du XX^e siècle a visé à confronter le visiteur de galerie ou de Musée dans ses habitudes et ses valeurs. Aujourd'hui, ça devient encore plus difficile parce que l'art actuel rame à contre-courant des pratiques culturelles de masse qui sont aisément et rapidement consommables. Il me semble inutile de faire le procès de l'art actuel; les efforts seraient plus utiles afin de réclamer davantage de moyens et davantage de place dans les médias et dans la formation scolaire. Les médias et l'école sont deux intermédiaires qui ont un impact considérable sur le degré de familiarité que l'on souhaite atteindre et développer à l'égard d'une pratique artistique. On a le choix: soit on avive le sentiment d'exclusion, soit on l'atténue. Notre rôle consiste à mettre en place des stratégies rassembleuses et à éviter des stratégies qui reposent sur l'autodestruction ou sur la division. Notre responsabilité est de

toutes les autres révolutions. Rien de moins surprenant que dans le catalogue de l'exposition d'Allais, le célèbre humoriste soit présenté comme un élève des maîtres du... XX^e siècle! Avant l'heure, ses monochromes sont passés inaperçus puisqu'ils étaient dans des lieux privés et sous la bannière des arts incohérents et de la peinture ahurie; ils passaient pour une curiosité loufoque: quelque chose de pas officiel. Celui par lequel ce type de scandale est arrivé, c'est Marcel Duchamp avec son urinoir. C'est à ce moment que l'on s'est aperçu que c'est le lieu qui fait l'art. Concept développé par beaucoup d'historiens d'art et notamment par Thierry De Duve. À partir du moment où un urinoir est placé dans une galerie et devient une œuvre d'art, on peut comprendre la déconvenue du public.

Cette idée du lieu qui fait l'art évacue l'effort de compréhension d'un certain public un peu passif qui se rend dans un lieu censé présenter de l'art voir de l'art, ce lieu force l'adhésion sans réserve dans la mesure où un public prenant partie pour ce lieu déclare: tout ce que l'on met là, c'est de l'art! Il laisse aussi un certain public ahuri c'est-à-dire ne comprenant pas ce qui se passe, ne comprenant pas pourquoi, on met telle chose dans cet endroit et pourquoi, tout d'un coup, ça devient de l'art. Donc y aurait-il un public de lieu soit un public qui vient dans des lieux dits d'art contemporain et un autre public qui ignore cet art et que l'on ignore et qui ne vient jamais dans ces lieux d'art contemporain?

J'en viens au deuxième point qui est celui de l'éducation. Il incombe tant aux artistes qu'aux collectionneurs, qu'aux critiques, qu'aux propriétaires de galeries d'art de participer à l'éducation d'un certain public qui peut-être ne mettrait jamais les pieds dans ces lieux et qui est peut-être effarouché par quelque chose qui le désarçonne et qu'il ne connaît pas. On a peur de ce que l'on ne connaît pas. C'est peut-être un peu la même chose pour ce qui est de l'art contemporain. Pour aider ce public à devenir un peu plus nuancé et un peu plus critique, il suffit simplement de lui donner des informations et ensuite peut-être que par lui-même, voyant des œuvres contemporaines, ce même public, sans nécessairement aimer, pourra au moins comprendre la situation d'une certaine forme d'art et réduire ce fameux décalage.

En définitive, y a-t-il un public de lieu déjà acquis à l'art contemporain et un public qui ne vient pas, qu'on ignore et qui nous ignore mais qui ne devrait pas nous ignorer et que l'on ne devrait pas ignorer? Ou bien y a-t-il un public à éduquer?

soutenir les artistes dans leur rôle de diffusion ; ils le méritent bien. Au-delà, ce n'est pas notre rôle de leur dire quoi faire. On leur demande d'être les plus intègres, les plus créatifs, les plus rigoureux possibles. Le premier public d'un artiste, c'est lui-même : il répond à son propre besoin d'expression et les meilleurs artistes sont ceux qui sont les plus personnels à la fois dans leur style et leur propos et ceux qui réussissent à éviter les clichés : la peinture, la sculpture, les installations ne sont ni bonnes, ni mauvaises en soi – je pense qu'il peut y avoir un académisme de l'installation ou de la sculpture comme il y en a un de la peinture. Cet écueil exige de la part des organismes de diffusion de demeurer à l'écoute des artistes, de suivre aussi leur production ; c'est pourquoi, dans la tâche qui est devant nous, il n'y a pas de raccourci possible. J'exclus le racolage. C'est un travail de fond qui doit être entrepris auprès du public. On dit souvent que le musée cautionne le travail des artistes ; ce pouvoir comme tous les pouvoirs est craint, envié, courtisé mais ce n'est pas un pouvoir qui est sans appel. Nous sommes à notre tour sanctionnés par nos pairs, par la critique, par le milieu. En définitive, le musée me semble un rouage essentiel dans le lien que certains tentent de créer avec le public. La croissance du public ou sa désaffection est une des mesures de notre performance. Ce n'est pas la seule. Dans ma logique et dans ma conscience, le public doit être rejoint. Cet objectif est réalisable.

LA PEUR DE LA MORT DE L'ART, LA MORT DE QUELQUE CHOSE QUI APPARTIENT À LA CONSCIENCE COLLECTIVE

JACQUES-BERNARD ROUMANES

Je vais inverser les questions. *Qui a peur de quoi ?* Est-ce que c'est le public qui a peur de l'art contemporain ou est-ce que c'est l'art contemporain qui a peur du public ? À la question : qu'est-ce que le public ? Victor Hugo répondait : « c'est un enfant de six mille ans. » Il évoquait ainsi d'abord l'idée du temps : le public n'est pas toujours le public actuel. Il y a peut-être une confusion entre le public d'art contemporain – art qui commence il y a déjà plus de 80 ans – et le public d'art actuel. Si l'on parle de peur, il semble que ce soit le public qui existe ; il est peut-être même dans cette salle – qui sait ? – peut-être que je suis moi-même public ; nous sommes peut-être tous complices, je le crains et je l'espère. La question du public, j'aimerais la reformuler : Pourquoi en est-on venu

à se poser cette question ? Existe-t-il un public d'art contemporain ? Existe-t-il un non-public d'art contemporain comme Guy Bellavance l'a évoqué ? Est-ce vrai ? Jusqu'à quel point ? Pourquoi faut-il se poser la question du public ? C'est pour moi la question de l'opinion, ma conscience du public, du rassemblement de toutes les personnes susceptibles de penser et de penser autrement que selon la manière indiquée par une intelligentsia, des spécialistes et des experts. L'idée, c'est que chaque personne, chacun et chacune d'entre nous, est qualifiée comme public à soi seul et avec tous les autres. On pourra dire : est-ce que c'est possible ? Il y a deux manières de positionner le public. Considérer le public au singulier et faire du public une utopie régulatrice ou bien considérer le public comme projet. Pour ma part, ce qu'il conviendra d'aborder, c'est la peur du public : quelle peur ? S'agit-il d'une peur négative ou d'une peur positive. Je vous propose la peur positive : la peur de la mort de l'art. Pas nécessairement le petit épisode contemporain. On parlait d'un enfant de six mille ans. Il y a tout un projet de conscience qui est là depuis toujours, qui est toujours déjà là quand on commence à parler d'art. La tradition de l'art ne commence pas d'hier, ni d'avant hier, fût-ce la tradition d'art contemporain. Ce qui me semble constituer la peur la plus profonde du public, la plus justifiée, la plus fondamentale, c'est la peur de la mort de l'art : c'est qu'on lui enlève quelque chose qui appartient à la conscience collective. Autrement dit ceci : l'art est-il un élément constitutif de la construction permanente de notre conscience collective à la fois personnelle, nationale, internationale, en un mot de notre conscience humaine ? Ou bien doit-on désormais admettre que l'art n'est ni nécessaire ni même utile au développement humain et que, selon la formule de Hegel, l'art est pour nous une chose du passé c'est-à-dire dépassée ? De là cette peur du public qui naît dans un attachement profond et non pas dans une indifférence à l'art et à toutes les choses qui touchent à son rejet ou à son refus. S'ouvre une perspective tout à fait différente ; et la question serait alors : Avons-nous vraiment l'art que nous mériterions d'avoir et que nous aimerions voir à côté de toutes les formes qui sont depuis le plus lointain passé et pas seulement dans une collectivité humaine mais dans l'ensemble de toutes les cultures possibles et présentables en même temps ? La science est en progrès constant : un savant efface l'autre. L'art est sans progrès : Rodin n'améliore pas Michel-Ange, Shakespeare ne surmonte pas Dante. Pourquoi ? Parce qu'il y a quelque chose à l'art qui n'est pas dans la science et qui n'est pas ailleurs et qui n'est pas non plus

antagoniste, c'est une notion d'infini dont nous avons besoin pour savoir pour quelle raison nous finissons.

MONOCHROMES ET MONOCHROMES

ERIC DEVLIN, GALERISTE

Deux compléments d'information : une étude commandée par l'Association des galeries d'art contemporain et financée par la Ville de Montréal sur les publics des galeries conclut que le public d'acheteurs à Montréal est de 10 000 personnes. Celles-ci acquièrent une œuvre tous les quatre ou cinq ans après avoir visité une vingtaine d'expositions avant leur achat. Le public potentiel est de l'ordre de 100 000 personnes : il se compose des amateurs de théâtre, de concert, etc.

Au sujet de l'exposition d'Alphonse Allais, il ne s'agissait pas de monochromes mais plutôt d'une blague. Il suffit de se référer aux titres de ces œuvres. Les 20 000 personnes n'étaient pas les mêmes que celles qui sont allées voir les monochromes de Molinari. Par exemple, un des monochrome blanc d'Alphonse Allais aurait pu s'intituler *Bagarre entre ours blancs durant une tempête de neige* ou encore dans le cas d'un monochrome noir *Nègre cherchant ses lunettes durant une nuit sans lune*. On est loin du *Carré blanc sur fond blanc* de Malévitch créé quelques années plus tard. Ce n'est pas du tout le même propos. Je sais qu'au sein d'une intelligentsia française actuellement, on essaye de représenter Alphonse Allais comme un précurseur des monochromes mais ce n'était pas du tout son intention, c'était une farce qui ponctuait les revendications d'un groupe de pression qui demandait à l'état français de payer des lunettes aux peintres impressionnistes pour qu'ils voient plus clair. Il me semble utile de ramener les monochromes d'Alphonse Allais dans leur contexte historique.

BERNARD PAQUET

Je crois que le titre des peintures d'Alphonse Allais ne change rien au fait que les peintures étaient monochromes. Cependant je n'ai pas voulu présenter Alphonse Allais comme un précurseur. Je me suis servi de cet exemple pour montrer que son exposition s'est déroulée dans un lieu privé et non dans un salon officiel ce qui permettait de ne pas considérer ses monochromes comme de la peinture. □

À suivre au prochain numéro