

MÉDIACRITIK

COMPTES RENDUS D'ATELIERS, DÉCEMBRE 2007 - MAI 2008

JAN KOPP, JULIA VARGA, JAN PETERS, THOMAS HIRSCHHORN, MARTIN LE CHEVALLIER

2

Durant le premier semestre 2007, dans le contexte précis des dernières élections présidentielles, Nour-Eddine Skiker, responsable de la Maison des jeunes Rosa Luxembourg situé dans le quartier du Landy à Aubervilliers, a proposé aux Laboratoires de s'associer à l'organisation de soirées débats pour donner aux jeunes avec lesquels il travaille des clés pour décrypter le langage des médias.

Pour donner suite à ce programme au-delà du contexte électoral, *Médiacritik* s'est prolongé sous la forme d'ateliers mensuels dirigés par des artistes dont les recherches interrogent le langage des médias. Chaque atelier a été conçu comme une séance de travaux pratiques en vue de développer et de discuter de possibles outils d'analyse. Ainsi, entre décembre 2007 et mai 2008 un groupe de 8 à 10 jeunes personnes d'Aubervilliers a travaillé successivement avec Jan Kopp, Julia Varga, Jan Peters, Thomas Hirschhorn et Martin Le Chevalier.

Cette soirée du 30 septembre est consacrée à une restitution de ce travail présentée par les participants. Nous publions à cette occasion la description que chaque artiste a fait du déroulé de son atelier.

JAN KOPP, ATELIER DU 22 DÉCEMBRE 2007

Mon atelier s'est déroulé de la manière suivante. D'abord je voulais savoir ce que pensaient les participants à cet atelier, quelles étaient leurs attentes, qu'est-ce qu'ils pensaient identifier avec ce terme « médiacritik ». J'étais curieux de savoir qui j'avais en face de moi, j'étais curieux de connaître leurs exigences face à moi. Les deux premières heures ont ainsi été consacrées à la parole et à un échange de réflexions.

Le groupe présentait les médias comme quelque chose qui représente un pouvoir très puissant, quelque chose qui est l'instance par excellence pour donner une image, une opinion, voire une vérité sur ce qui se passe autour de nous. Les événements médiatiques m'ont été décrits comme des phénomènes recouvrant les véritables enjeux et problèmes de la société. Par exemple la médiatisation du mariage du Président Sarkozy au lieu d'une médiatisation des conséquences des réformes sociales qu'il avait engagées. Un autre exemple donné a été la sur-médiatisation du conflit Israëlo-Palestinien, transformé en spectacle sensationnel à entretenir au lieu d'une situation à pacifier.

Dans un deuxième temps, afin de produire des images vidéo, j'ai proposé un exercice avec les consignes suivantes : chaque participant réalise une vue en image fixe du quartier des *Quatre Chemins* avec une caméra Mini-DV. Pendant le temps des prises de vue chacun essaie de mémoriser sans prendre aucune note les éléments constitutifs du cadrage fixe et les événements qui s'y déroulent. Une fois de retour aux Laboratoires d'Aubervilliers, ces événements et éléments mentalement

enregistrés sont écrits. Ensuite, ces textes sont lus (non pas par leur auteur, mais par un autre participant) à haute voix et enregistrés. Dans un montage vidéo ces lectures ont été associées aux images vidéo correspondantes, mettant en évidence les failles, approximations, interprétations, inventions, extensions ou traductions de l'image.

JULIA VARGA, ATELIER DU 9 FÉVRIER 2008

Nous avons commencé l'atelier par la projection d'une centaine de publicités en analysant ensemble la « mécanique des images » : les intentions et la stratégie qui régissent les images publicitaires.

J'ai choisi de sensibiliser à la lecture des publicités, en raison de leur omniprésence et parce que les publicités, produits des plus élaborés, sont aussi des vecteurs d'idéologies.

Après ce temps initial de décryptage commun qui nous en a mis « plein les yeux » et nous a permis de nouer contact, j'ai proposé aux participants de réfléchir à une idée, à un message qu'ils aimeraient transmettre en utilisant la méthodologie publicitaire. En invitant chacun à commencer par aller faire des photos afin de leur permettre de s'isoler un peu et de trouver des idées en parcourant la ville.

En les aidant ensuite tout au long de l'élaboration, nous avons abouti à la réalisation de plusieurs affiches. Chacun ayant dû chercher à donner une efficacité plastique et sémantique au message qu'il avait envie de faire passer.

Je leur ai ensuite suggéré la possibilité d'afficher (avec l'accord des commerçants et des institutions locales) leurs réalisations dans l'espace public.

3

JAN PETERS, ATELIER DU 15 MARS 2008

J'ai démarré l'atelier en montrant aux jeunes un film (*Obligation de porter un noeud papillon pour personnes à tête carrée*) d'un jeune allemand, Stefan Müller. Dans le film cet artiste joue de façon ludique avec l'environnement urbain à Berlin, les affiches publicitaires, le mobilier, l'architecture, la signalisation qu'il détourne par différents moyens : il s'accroche aux panneaux publicitaires pour ajouter un personnage vivant aux personnages de l'image, il utilise des trucages de perspectives avec la caméra pour lier les éléments du premier plan avec un arrière-plan, et détourne des éléments en images graphiques révélant des têtes de personnages dans une boîte aux lettres ou une façade d'immeuble...

J'ai ensuite expliqué ce qu'était un film, comme suite d'images fixes, l'origine de la caméra. Je leur ai montré une bobine de 16mm imprimée, et j'ai dessiné un flip book pour leur faire comprendre comment apparaissait l'idée de mouvement, et comment avec ces éléments on pouvait rapidement créer des illusions.

Ensuite le groupe a fait trois expériences, sur le modèle des interventions de Stefan Müller :

1- Ils ont découpé l'ovale d'un visage sur une feuille A4 et ont cherché autour d'eux ce qui pouvait faire l'image d'un visage (yeux et bouche) par détournement et jeu de perspective : deux projecteurs et un câble par exemple.

2 - Ils ont découpé un visage dans un magazine, puis l'ont posé sur un tasseur et habillé d'une chemise. Ils ont parcouru le quartier avec ces personnages en recherchant des « chapeaux » le principe étant de filmer le personnage au premier plan de telle sorte que le toit d'un bâtiment en arrière-plan

créé l'image d'un visage avec une coiffe « architecturale ».

3 - Ils ont construit une grosse boîte en carton. La caméra sur pied fixe un cadre. Deux personnages arrivent avec la boîte qui semble lourde et la posent dans le cadre filmé. Les acteurs ne bougent plus. Caméra éteinte, une personne entre dans la boîte. Caméra qui enregistre, la personne sort de la boîte. Cette manipulation est répétée plusieurs fois et le film montre finalement une boîte de laquelle sort un nombre invraisemblable de personnes.

Nous avons ensuite réalisé ensemble un montage de toutes ces images, pour faire un petit film de 5mn.

THOMAS HIRSCHHORN, ATELIER DU 12 AVRIL 2008

Mon atelier *Médiacritik* avait pour titre « No media/no critique – oui création/oui jugement ». L'idée : opposer aux termes de « médias » et de « critique » (réactifs) deux autres termes : « création » et « jugement » (actifs).

Le projet est de dépasser la critique des médias – et la critique tout court ; ce dépassement n'est possible que par la création, par la création de quelque chose – soi-même – et par le jugement – soi-même – de sa propre création, et de celle des autres. Ces deux « nouveaux » termes – « création » et « jugement » – étaient la « guideline » (le fil conducteur) de mon atelier *Médiacritik*. J'avais prévu qu'au maximum 5 tandems (de deux personnes) iraient, le matin, avec des caméras vidéo et des micros faire des petits tournages en suivant cette « guideline » ; j'avais prévu qu'en début d'après-midi ils devraient monter leurs images et le son – sur des



Médiacritik, atelier de Julia Varga du 9 février 2008

tables de mixage aux Laboratoires d'Aubervilliers afin que nous projetions (sur grand écran) en fin d'après-midi les contributions finies et que nous jugions ensemble ces travaux faits.

Le matériel nécessaire comprenait : 5 caméras chargées avec microphones intégrés, 5 cassettes vidéo, 5 tables de mixage, 1 projecteur vidéo.

Mon atelier eut lieu le samedi 12 avril 2008 de 10 heures à 18 heures, j'avais structuré les 6 heures de la journée ainsi :

10 h à 11 h : introduction (1 h)

11 h à 13 h : tournage (2h)

13 h à 14 h : déjeuner (aux Laboratoires d'Aubervilliers)

14 h à 16 h : montage (2h)

16 h à 18 h : projection des vidéos (2h).

Dans mon introduction qui servait de « guideline » j'ai voulu clarifier ce que c'est

que la création (en opposition aux médias) :

ce qui est actif,
ce qui produit,
ce qui affirme,
ce qui décide,
ce qui est digne,
ce qui est fier,
ce qui se met debout,
ce qui fait un travail,
ce qui s'autorise soi-même,
ce qui est émancipé

et j'ai voulu aussi clarifier ce que c'est le jugement (en opposition à la critique) :

ce qui est dans l'offensive,
ce qui possède du courage,
ce qui est libre,
ce qui s'invente soi-même,
ce qui veut être heureux,
ce qui exprime une volonté,

