



Une question d'approches
Une formation exceptionnelle du CMAQ

UN MODÈLE D'ANALYSE POUR LES MÉTIERS D'ART

JOUR 2 – 31 JANVIER 2020

BRUNO ANDRUS, FORMATEUR

30 et 31 janvier 2020

Cégep de Saint-Laurent

Musée des maîtres et artisans du Québec

Disponible en Webdiffusion

Ces rencontres s'inscrivent dans les célébrations du 30e anniversaire du CMAQ



INTRODUCTION GÉNÉRALE FORMATION ET ACTIVITÉ

COMPÉTENCE OU OBJECTIF(S)

La démarche qui vous est proposée est basée sur une compétence qui consiste à Se positionner et faire valoir sa pratique professionnelle.

RÉSULTATS ATTENDUS

Par cette formation, vous aurez acquis des connaissances qui vous permettront de:

- Situer votre travail dans des perspectives théoriques, historiques et culturelles.
- Préciser votre spécificité, votre démarche et votre discours individuel.
- Développer une perspective d'avenir.
- Contribuer aux discours collectifs.

CONTENU JOUR 2

3. VALEURS ET STATUTS (SUITE)

3.2. Valeur d'usage et valeur d'échange

3.3. Vie sociale des objets

3.4. Capital symbolique

Exercice 3

Capital symbolique

4. POSITIONNEMENT ET ORIENTATION

4.1. De l'individu au collectif

4.2. Histoire des métiers d'art

4.2.1. Partie 3

4.2.2. Partie 4

Exercice 4

Positionnement et orientation

4.3. Postmodernité

4.4. Discours

Exercice 5

Positionnement dans le modèle

**SYNTHÈSE, CONCLUSION ET
OUVERTURE SUR LES SUITES**

DÉROULEMENT JOUR 2

JOUR 2 – 32 janvier

8 h 30 – Accueil pour socialiser et se donner le temps d'arriver

9 h 00 – Ouverture de la session

10 h 15 – Pause

10 h 30 – Présentation

11 h 00 – **Exercice 3 – Capital symbolique**

11 h 15 – Présentation

12 h – Dîner

13 h 15 – Présentation

14 h 15 – **Exercice 4 – Positionnement et orientation**

14 h 45 – Présentation

15 h 15 – Pause

15 h 30 – Présentation

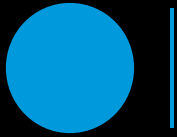
15 h 45 – **Exercice 5 – Positionnement dans le modèle**

16 h 15 – Synthèse, conclusion et ouverture sur les suites

17 h 00 – Clôture



Une question d'approches
Une formation exceptionnelle du CMAQ



Retour: jour 1

2.3

AU NIVEAU THÉORIQUE, LE MODÈLE EST PRINCIPALEMENT INFLUENCÉ PAR LES TRAVAUX DE :

Bruno Latour :

La théorie de l'acteur-réseau. Le rôle médiateur des objets.

Karl Marx :

Conception de la marchandise. Valeur d'usage et valeur d'échange.

Arjun Appadurai et Igor Kopytoff :

La vie sociale des objets.

Pierre Bourdieu :

Champs culturels, statuts et valeurs symboliques.

**WE BECOME WHAT
WE BEHOLD. WE
SHAPE OUR TOOLS
AND THEN OUR
TOOLS SHAPE US.**



Marshall McLuhan
Canadian Philosopher

QUOTEHD.COM

1911-1980

« [...] les outils ne sont jamais de "simples" outils prêts à l'usage : ils modifient toujours les objectifs que vous avez à l'esprit. Dans nos termes, ce sont des médiateurs et jamais de simples intermédiaires. C'est ce que le terme "acteur" signifie ».

Bruno Latour, « Comment finir une thèse de sociologie », 2003

Bruno Latour : La théorie de l'acteur-réseau.

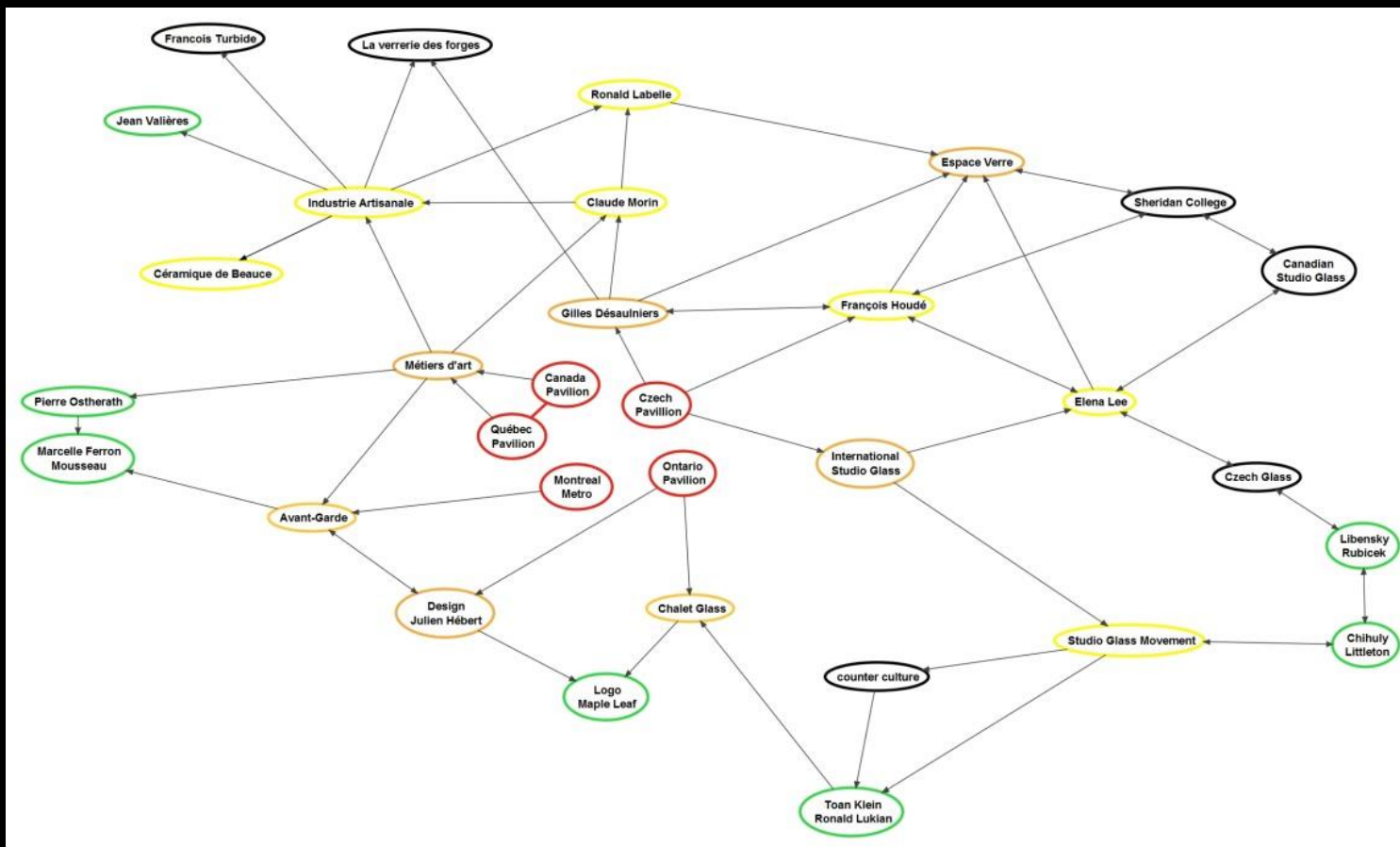
Le rôle médiateur des objets:

Latour démontre comment des personnes, objets et pratiques peuvent s'associer et participer à des réseaux d'acteurs qui agissent les uns sur les autres.

ACTEURS

Les acteurs dans un réseau peuvent être des idées, des images, des personnes, des groupes de personnes, des organismes, des institutions, des objets, des outils, des machines, des techniques, des matériaux, etc. Le réseau est donc une « méta-organisation » rassemblant des éléments « humains » et des « non-humains » lesquels agissent comme médiateurs ou intermédiaires les uns avec les autres.

Latour, We Have Never Been Modern. Reassembling the social: An introduction to Actor-Network Theory

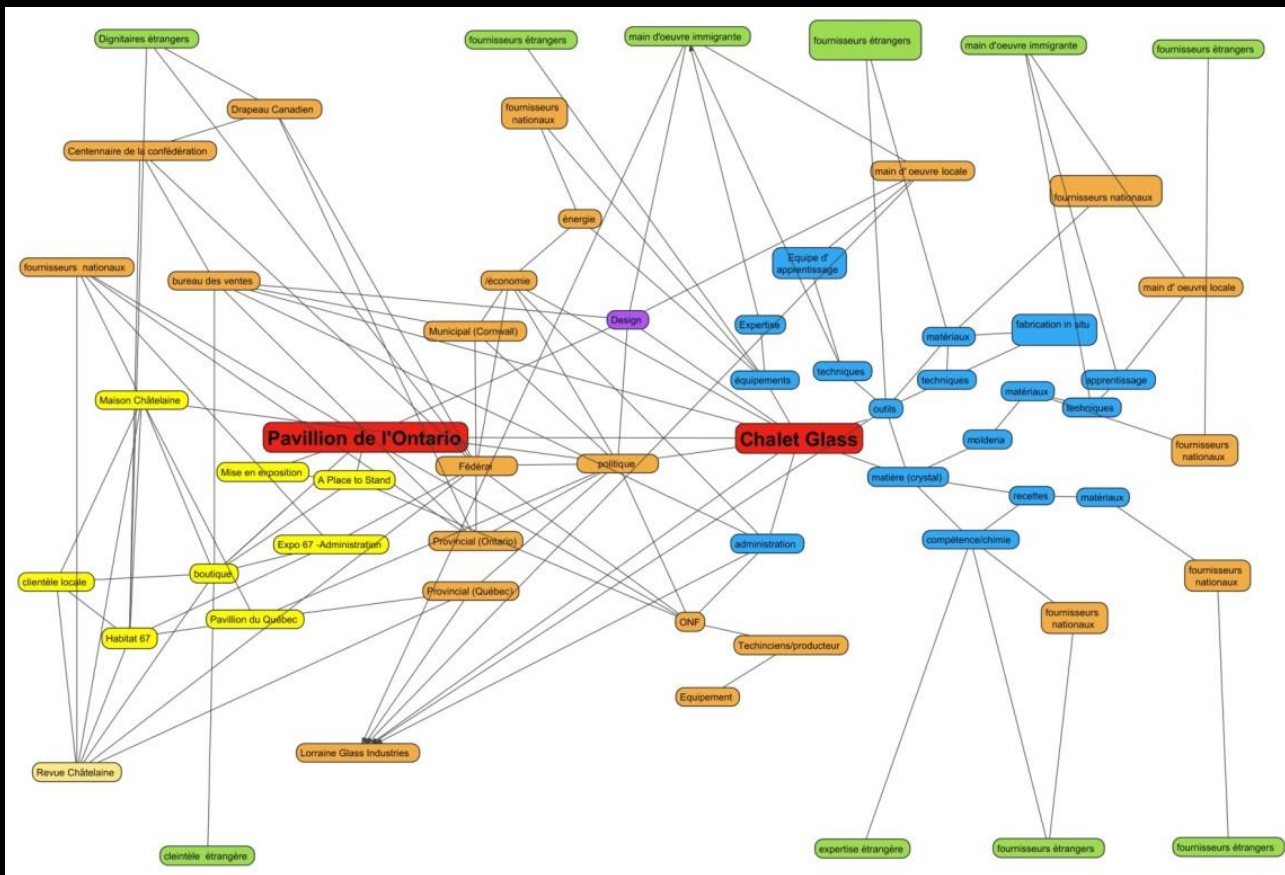


Bruno Andrus

Réseau du verre d'art au Québec (1950-1990), 2015.

2.3

Hybridités THÉORIE DE L'ACTEUR-RÉSEAU

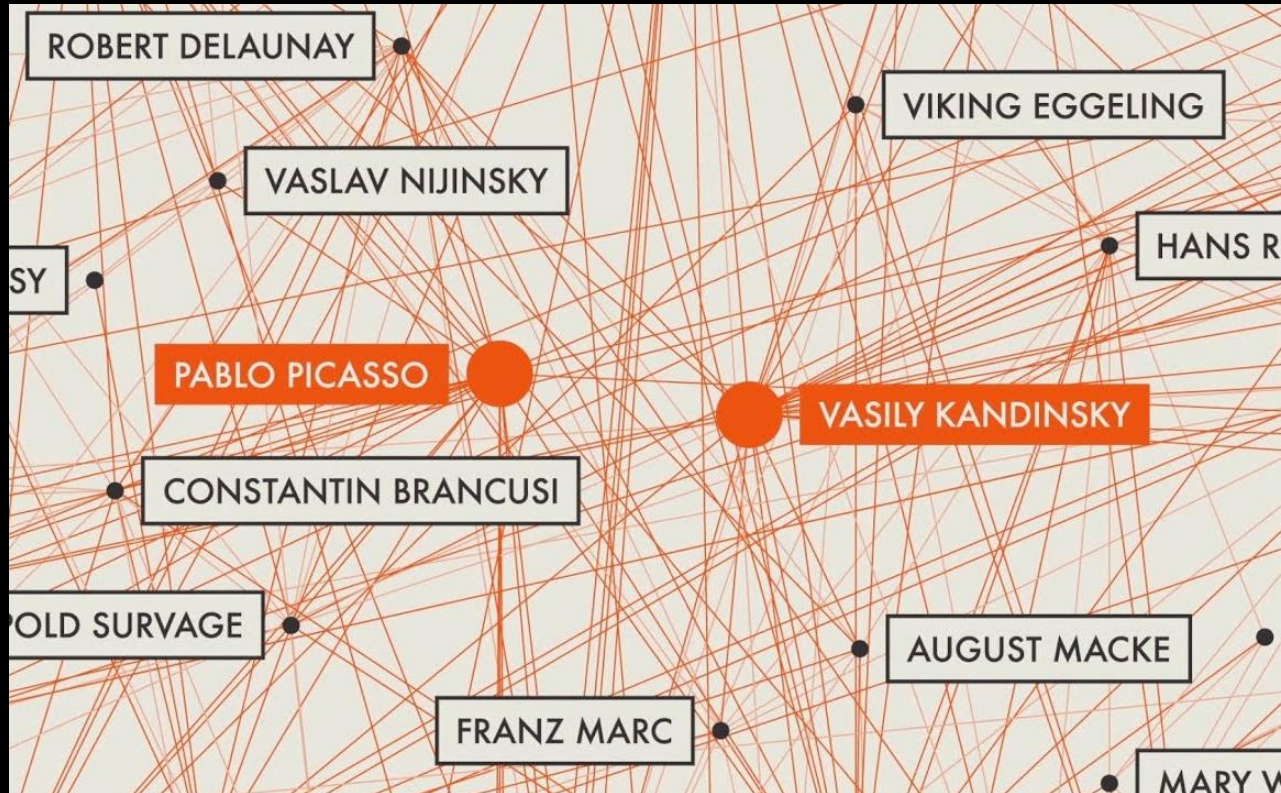
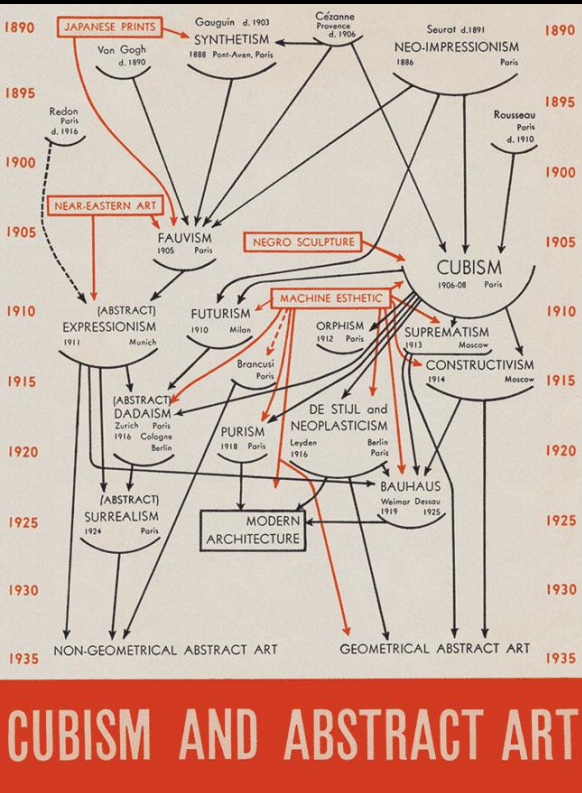


Bruno Andrus

Réseau de Chalet Glass au Pavillon du Canada à Expo 67, 2016.

2.3

Hybridités THÉORIE DE L'ACTEUR-RÉSEAU



MoMA | Inventing Abstraction 1910–1925

<https://www.moma.org/interactives/exhibitions/2012/inventingabstraction/?page=connections>

VALEURS ET STATUTS (suite)

3

Introduction

3.1

3.1

Valeurs et statuts

LE MUSÉE DES MAÎTRES ET ARTISANS DU QUÉBEC



Présentation de
Perrette Subtil et Isolda Gavidia

Musée des maîtres et artisans du Québec

VALEUR D'USAGE ET VALEUR D'ÉCHANGE

3.2

AU NIVEAU THÉORIQUE, LE MODÈLE EST PRINCIPALEMENT INFLUENCÉ PAR LES TRAVAUX DE :

Bruno Latour :

La théorie de l'acteur-réseau. Le rôle médiateur des objets.

Karl Marx :

Conception de la marchandise. Valeur d'usage et valeur d'échange.

Arjun Appadurai et Igor Kopytoff :

La vie sociale des objets.

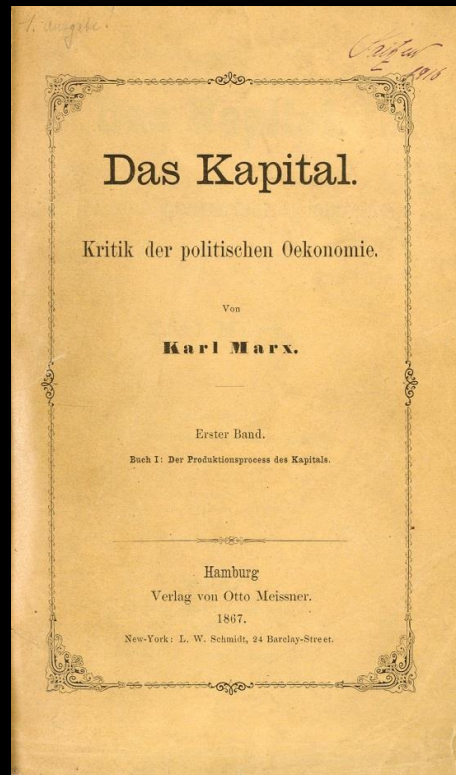
Pierre Bourdieu :

Champs culturels, statuts et valeurs symboliques.

3.2

Valeurs

VALEUR D'USAGE ET VALEUR D'ÉCHANGE



Les deux facteurs de la marchandise : valeurs d'usage et valeurs d'échange

« La richesse des sociétés dans lesquelles règne le mode de production capitaliste s'annonce comme une immense accumulation de marchandises . L'analyse de la marchandise, forme élémentaire de cette richesse, sera par conséquent le point de départ de nos recherches. »

Karl Marx, Le Capital, Critique de l'économie politique, 1867.

<https://www.marxists.org/francais/marx/works/1867/Capital-I/kmcapl-I-1.htm>



**Dirk Silema, Fritz Dreichbach, Harvey K. Littleton,
Claude Morin, Erwin Eisch.**

« Ils soufflent des pièces bizarres, qui ne servent à rien mais qui expriment des idées, c'est pour nous un nouveau langage [...] . »

Claude Morin, 1979

LES VALEURS AU CENTRE DU MODÈLE

Matière (matérialité)

Savoir-faire (transformation)

Beauté (ornementation)

Créativité (innovation)

DÉFINITIONS DE VALEUR

Sens 1 Importance de quelqu'un ou quelque chose, et plus généralement son prix financier ou symbolique.

Sens 2 Digne d'estime, de mérite.

Sens 3 Idéologie d'un individu ou d'un groupe d'individus.

Sens 4 Mesure précise ou approximative d'une quantité.

Sens 5 Economie Titre négociable tel que les actions ou les lettres de change.

Sens 6 En mathématiques, mesure d'une grandeur.

Sens 7 Musique Durée d'une note. En peinture, un ton.



« Il est évident que l'activité de l'homme TRANSFORME LES MATIÈRES fournies par la nature de façon à les rendre utiles. La forme du bois, par exemple, est changée, si l'on en fait une table. »

Karl Marx, Le Capital, 1867

MÉTIERS D'ART

« (...) Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs. (Loi S-32.01).

2° «métiers d'art»: la production d'œuvres originales, uniques ou en multiples exemplaires, destinée à une fonction utilitaire, décorative ou d'expression et exprimées par l'exercice d'un métier relié à **la TRANSFORMATION** du bois, du cuir, des textiles, des métaux, des silicates ou de toute autre **MATIÈRE**; (...) »

<http://legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/cs/S-32.01>



Une question d'approches
Une formation exceptionnelle du CMAQ

VIE SOCIALE DES OBJETS

3.3

Arjun Appadurai et Igor Kopytoff démontrent comment les objets peuvent, au cours de leur existence, accumuler différentes identités en fonction des contextes à travers lesquels ils circulent.

Ainsi certains objets au cours de leur vie sociale peuvent donc entrer et sortir de la catégorie de la marchandise.

Dans son article *The Cultural Biography of Things: Commoditization as a Process*, Igor Kopytoff affirme :

« [...] the same thing may be treated as a commodity at one time and not at another. And finally, the same thing may, at the same time, be seen as a commodity by one person and something else by another. »

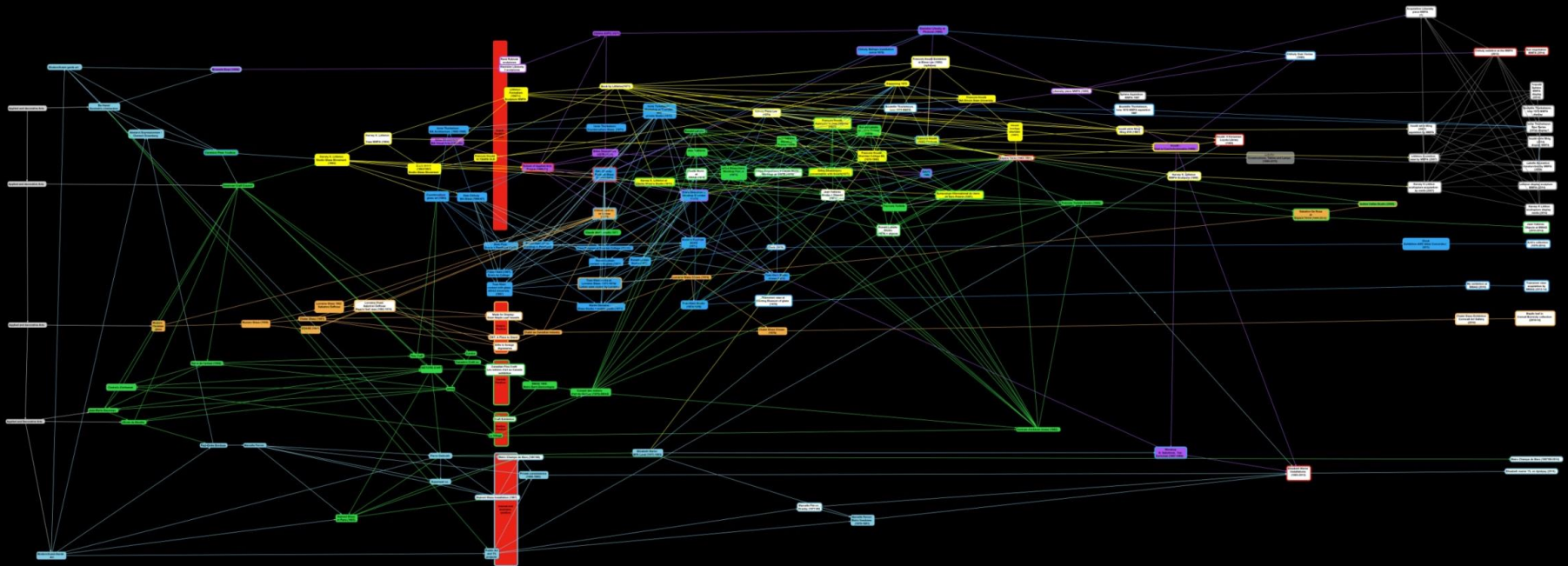
Arjun Appadurai (dir.). *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*
Kopytoff, Igor. « The Cultural Biography of Things: Commodization as Process »

« Old beer cans, matchbooks, and comic books suddenly become worthy of being collected, moved from the sphere of the singularly worthless to that of the expensive singular (...). The period that begins to usher in sacralisation is approximately equal to the span of time separating one from one's grandparent's generation (in the past, with less mobility and more stylistic continuity, more time was required. »

KOPYTOFF, Igor. « The Cultural Biography of Things: Commodization as Process » in APPADURAI, Arjun (ed.), The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective.

3.3

Valeurs VIE SOCIALE DES OBJETS



Bruno Andrus

Réseau chronologiques du verre d'art au Québec (1950-2010), 2017.

3.3

Valeurs

VIE SOCIALE DES OBJETS

Chalet Glass, une étude de cas



Chalet Artistic Glass 1

Page d'un catalogue de produits, vers 1970

Lorraine Glass 2

Page d'un catalogue de produits, vers 1972

Photographies Toan Klein

3.3

Valeurs

VIE SOCIALE DES OBJETS

Chalet Glass, une étude de cas



3.3

Valeurs

VIE SOCIALE DES OBJETS

Chalet Glass, une étude de cas



Lorraine Glass Industries Glass 1

Oiseau en verre soufflé

Collection du Musée de maîtres et artisans du Québec



EDAGE 2 3

Oiseau en verre soufflé

Collection du Musée des maîtres et artisans du Québec

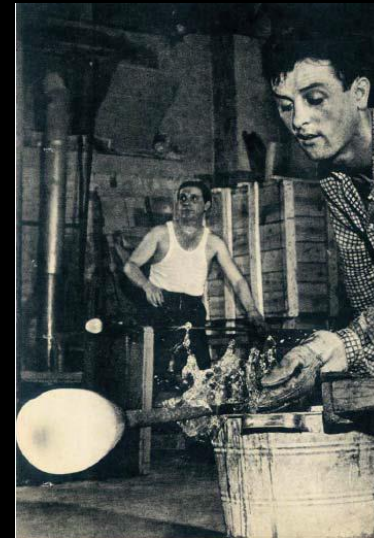
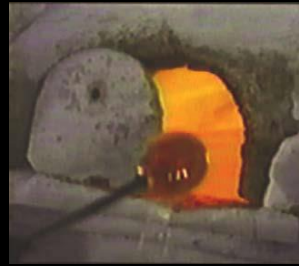


3.3

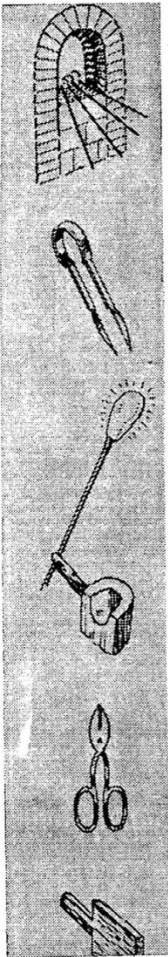
Valeurs

VIE SOCIALE DES OBJETS

Chalet Glass, une étude de cas



VIE SOCIALE DES OBJETS

Chalet Glass, une étude de cas


Verriere
Artistique
Ltee.

Chalet

Artistic
Glass
Ltd.

The original hand blown cased glass factory in Canada. Established in Montreal in 1960 and, after a disastrous fire, moved to Cornwall in 1962.

During the course of history, glass makers who originally were held under heavy supervision on the Island of Murano by the City State of Venice in the 14th century, were either moved by conquering nations, example Napoleon's movement of two complete glass factories to France, or slipped out surreptitiously and commenced producing glass in Germany, Hungary, Bohemia and Sweden. It is interesting to note that from this same group of original glass maker families from Murano, this immigration was made to Canada by the Muranese Telesco family in the 20th century three to four hundred years after the original immigration started.

The same method of making and blowing the glass and the same tools are used as was used two to four hundred years ago.

The Company has grown in the last four years from one small glass making furnace to a total of seven. Our glass is being shipped across Canada from Newfoundland in the east to Victoria Island in the west and from our north-easternmost points of Goose Bay and Labrador to our most north-westerly points in the North West Territories of Inuvak. We have also found ready acceptance of our hand-made glassware in all parts of the United States, including Puerto Rico, Hawaii and Alaska. South Africa, Australia, England and the West Indies also have been very pleased with our Canadian hand-made glass.

You may rest assured that our Board of Directors, shareholders and staff will maintain our high ethical standards and efficiency in doing our part to build a better Canada in the years to come.



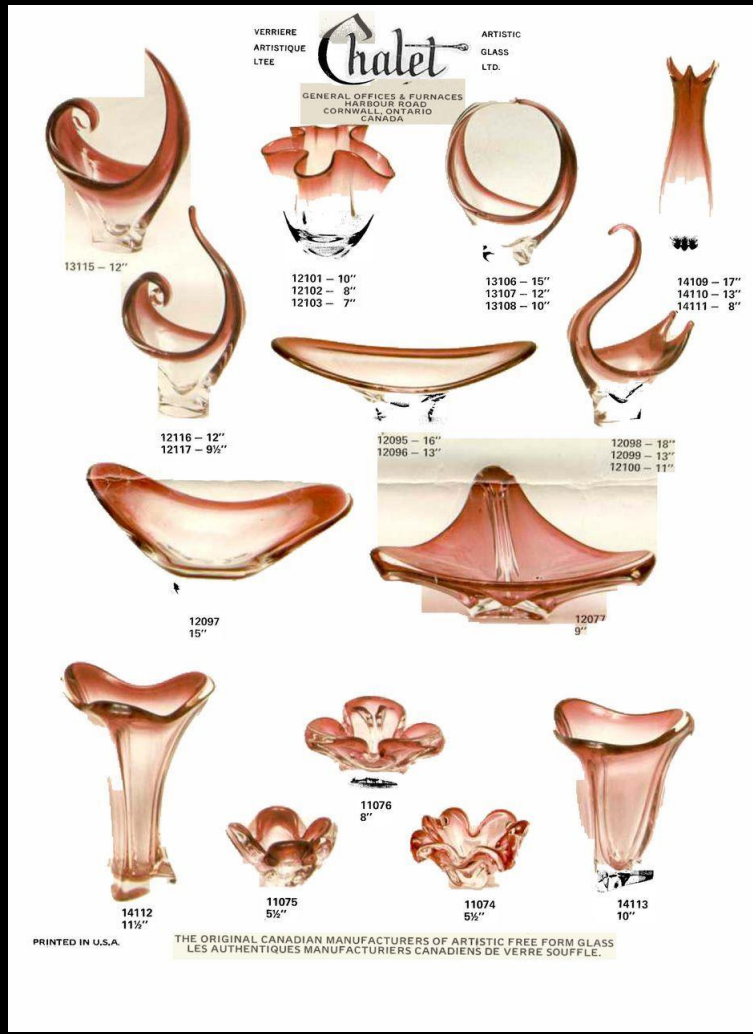
1867 | 1967
CANADA - CONFEDERATION

Chalet Artistic Glass

Feuillet promotionnel, vers 1967

3.3

Valeurs
VIE SOCIALE DES OBJETS
Chalet Glass, une étude de cas



3.3

Valeurs

VIE SOCIALE DES OBJETS

Chalet Glass, une étude de cas



“The Art & Artisans of Chalet Glass”

PLEASE JOIN THE CORNWALL REGIONAL ART GALLERY
& CHALET VINTAGE ART GLASS TO CELEBRATE
THIS SPECTACULAR COLLECTION OF
VINTAGE CANADIAN ART GLASS

SATURDAY, OCTOBER 30, 2010 - 2:00 PM

Italian wine and hors d'oeuvres will be served

CORNWALL REGIONAL ART GALLERY
168 PITT STREET
CORNWALL, ONTARIO

EXHIBIT RUNS FROM OCTOBER 30 - DECEMBER 2, 2010

GALLERY HOURS: TUESDAY - SATURDAY, 10AM - 5PM

613.938.7387

INFO@CORNWALLREGIONALARTGALLERY.CA
INFO@CHALETVINTAGEARTGLASS.COM

3.3

Valeurs

VIE SOCIALE DES OBJETS

Chalet Glass, une étude de cas

« Once the quintessential Cornwall wedding gift, a symbol of Canadian excellence at the 1967 World Fair, a cherished heirloom. Now, an eagerly sought collector's item, a showcase piece in art glass galleries, the subject of an art gallery retrospective. Production of Chalet art glass ceased in the June of 1975, but its appeal has lasted from the past millennium into the present. Some call it elegant. Others call it kitschy. Chalet art glass inspires emotions as unique as the glass itself. »

PATTERSON, Deborah.

Chalet art glass - Appealing shapes and colours. 2011.

Web: www.chaletvintageartglass.com

3.3

Valeurs

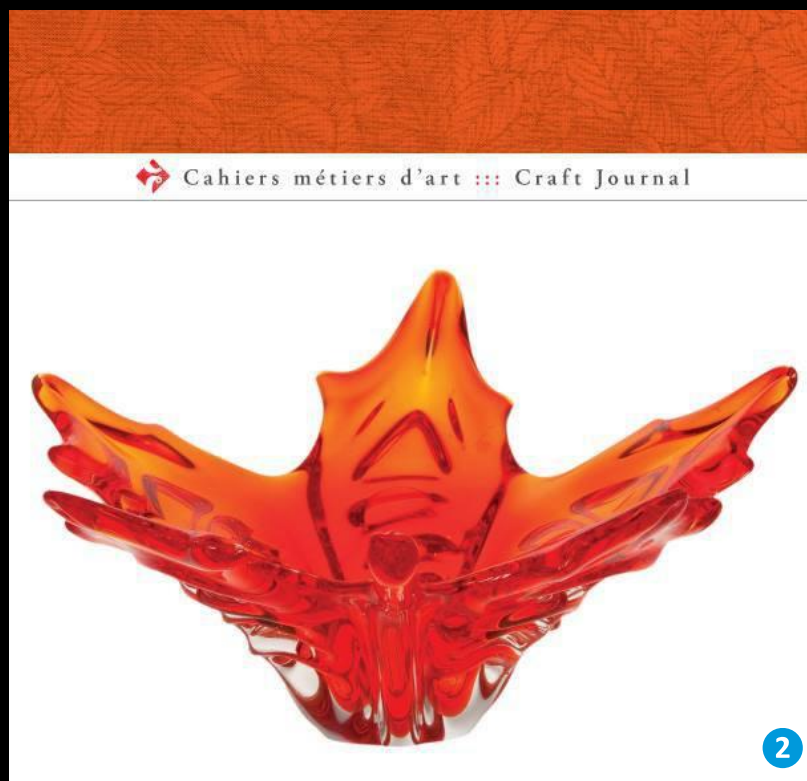
VIE SOCIALE DES OBJETS

Chalet Glass, une étude de cas



Le verre d'art / Glass Art 1 2

Andrus, Bruno (dir.), Cahiers métiers d'art ::: Journal, 2013



Cours Verre soufflé 3 3

Espace Verre, avec Monsieur Sabatino
De Rosa et un groupe d'étudiants, vers 2015

3.3

Valeurs

VIE SOCIALE DES OBJETS

Chalet Glass, une étude de cas



4.3

Valeurs

VIE SOCIALE DES OBJETS

**Ai Weiwei** 1 2

Colored Vases, 2008

Mary Boone Gallery, New York

Ai Weiwei 3

Coca-Cola vase, 2010

Vase de la Synastie Han et peinture industrielle

Colored vases, 2010 4

31 vases de la Dynastie Han et peinture industrielle

4.3

Valeurs

VIE SOCIALE DES OBJETS



Sunflowers installation view, 1
ground level, Turbine Hall,
Tate Modern, London (October, 2010)
Ai Weiwei, 2010

Sunflower Seeds at Tate Modern, London

https://www.youtube.com/watch?v=td3_EKX1lgo

Sunflower seeds

<http://www.youtube.com/watch?v=PueYywpkJW8>



Une question d'approches
Une formation exceptionnelle du CMAQ

Pause

CAPITAL SYMBOLIQUE

3.4

CHAMP CULTUREL

Le monde social, dans les sociétés modernes, apparaît à Pierre Bourdieu comme une imbrication de ce qu'il nomme des « champs », qui constituent des lieux de compétition structurés autour d'enjeux spécifiques. Chaque champ est organisé selon une logique propre déterminée par la spécificité des enjeux et des atouts que l'on peut y faire valoir. Le champ est un espace social de position où tous les participants ont à peu près les mêmes intérêts mais où chacun a, en plus, des intérêts propres à sa position occupée dans le champ.

L'œuvre de Pierre Bourdieu est caractérisée par une analyse des mécanismes de reproduction des hiérarchies sociales. Selon Bourdieu :

« [...] les luttes de définition (ou de classement) ont pour enjeu des frontières (entre les genres ou les disciplines, ou entre **les modes de production** à l'intérieur d'un même genre) et, par là, des hiérarchies ».

Pierre Bourdieu. *Les Règles de l'art*

3.4

Valeurs **CAPITAL SYMBOLIQUE**

En se basant sur la perspective de Bourdieu, dans *Les pratiques professionnelles en métiers d'art comme champ de production culturelle : l'exemple de la céramique* (2003) Chapados avance que :

« Dans les rapports et les relations de force entre champs voisins, les métiers d'art occupent, traditionnellement, en relation avec les arts visuels, des positions symboliquement inférieures dans le champ de production culturelle, pour des raisons historiques de constitution du même champ. »

Plus loin, Chapados ajoute : « En métiers d'art et en céramique, nous avons vu se constituer des tensions considérables entre les œuvres uniques, pièces de recherche et d'expression et les objets de production, utilitaire et de série, au point où les producteurs et promoteurs des œuvres uniques, poursuivant des objectifs de recherche similaire à ceux des arts visuels, ont été davantage associés aux arts visuels qu'aux métiers d'art. »

En ce sens, elle évoque « [...] des discours de différenciation, de distinction dirait Bourdieu, visant à établir et maintenir les identités et les positions, basées sur des dichotomies, entre art ou métiers d'art [...] ».

Louise Chapados. « Les pratiques professionnelles en métiers d'art comme champ de production culturelle : l'exemple de la céramique »

CAPITAL SYMBOLIQUE :

J'appelle capital symbolique n'importe quelle espèce de capital (économique, culturel, « scolaire ou social) lorsqu'elle est perçue selon des catégories de perception, des principes de vision et de division, des systèmes de classement, des schèmes classificatoires, des schèmes cognitifs.. »

Le capital symbolique désigne toute forme de capital (religieux, culturel, artistique, associatif, etc.) ayant une reconnaissance particulière au sein de la société; il englobe les autres formes de capital (économique, social et culturel), lorsqu'elles sont perçues de l'extérieur et reconnues comme légitimes.

Bourdieu, *Raisons pratiques*.

Pierre Bourdieu. *Choses dites*.

CAPITAL SYMBOLIQUE :

Le capital symbolique se traduit par le prestige, l'honneur ou la reconnaissance de l'individu. Ainsi, il détermine la position sociale des individus dans la société. Concrètement il peut se manifester à travers le phénomène « du goût » :

Le goût, propension et aptitude à l'appropriation (matérielle et/ou symbolique) d'une classe déterminée d'objets [...] [Le goût] est ce qui fait que l'on a ce que l'on aime parce qu'on aime ce que l'on a [...].

Ainsi, pour développer « le goût », pour les métiers d'art, le consommateur doit posséder le capital symbolique lui permettant de percevoir dans l'objet métiers d'art, hors du sens strict de la marchandise et de l'objet utilitaire, un contenu symbolique et culturel supplémentaire. C'est ainsi que la valeur marchande de l'objet, en rapport à l'objet industriel du même genre et ayant la même fonction, se trouvera justifiée.

Une étude portant sur les métiers d'art et leur développement futur, parue en 1976, dresse un portrait du client-type des produits métiers d'art, un client possédant manifestement les caractéristiques, donc le capital symbolique, nécessaire pour en apprécier le sens ajouté :

« [...] ce type de produits s'adresse actuellement à une clientèle assez riche. [...]: Les acheteurs des produits métiers d'art proviennent surtout des grandes villes et sont constitués en grande partie de cols blancs. [...] La hausse du niveau de scolarité [...] grâce à l'extension de l'éducation permanente, devrait favoriser l'élargissement du marché : un plus grand nombre de gens instruits est susceptible de multiplier le groupe de ceux qui aiment se dire cultivés, et qui sont des consommateurs potentiels de produits artisanaux. Par ailleurs, l'accroissement, d'ici 2001, de la part relative des professions de type culturel et artistique dans les occupations au Québec [...] laisse aussi présager un progrès du développement culturel en général et, donc, un plus grand intérêt pour les produits de type métiers d'art, que ce soit au plan de la demande que de l'offre. »

Pierre-André Julien, Pierre Lamonde et Daniel Latouche (I.N.R.S - Urbanisation). *L'avenir des métiers d'art au Québec*.

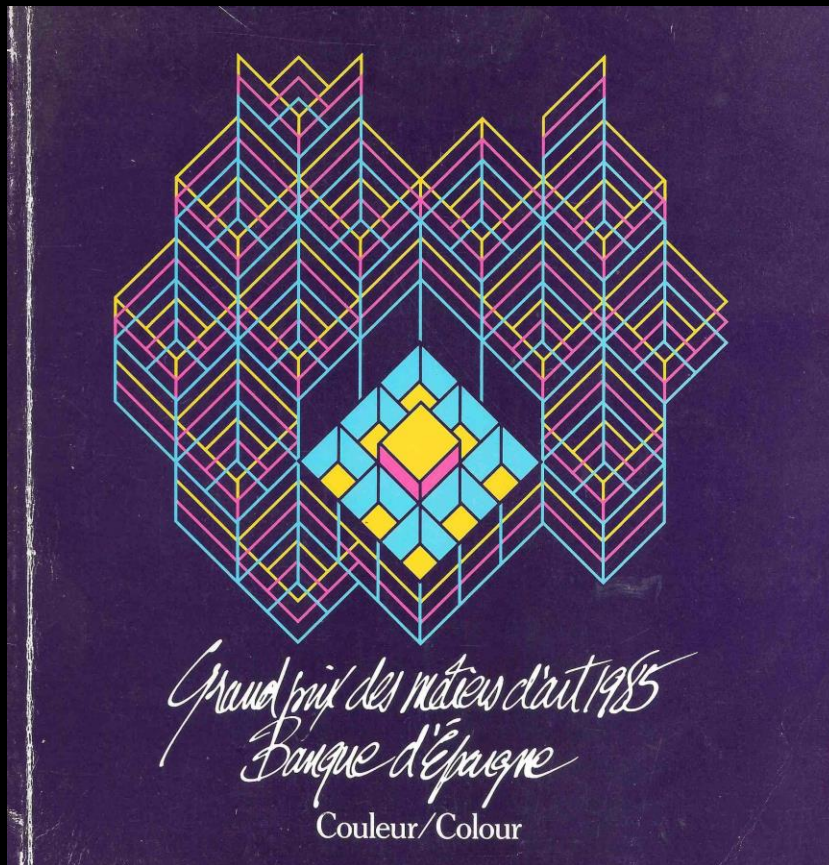
Dans les années 1970, visiter un Salon des métiers d'art du Québec devient un déterminant de statut social; y faire des achats c'est démontrer le champ symbolique auquel on appartient, et qui donne son sens à de tels objets :

« Voir... et se faire voir au SMAQ [...] C'est le haut lieu de la démocratisation des métiers d'Art qui « descendent » ainsi vers la population. Aucun prix d'admission, des kiosques bien présentés, la possibilité de rencontrer des artisans, et même, en 1975, de les voir travailler. C'est le « centre d'achat » de l'artisanat. On y trouve de tout. On peut utiliser sa carte de crédit, faire emballer ses achats (...) C'est la consécration du style métiers d'art et c'est ainsi que ce phénomène de mode est récupéré. On y va pour acheter, pour regarder, et aussi pour dire « qu'on y est allé »... »

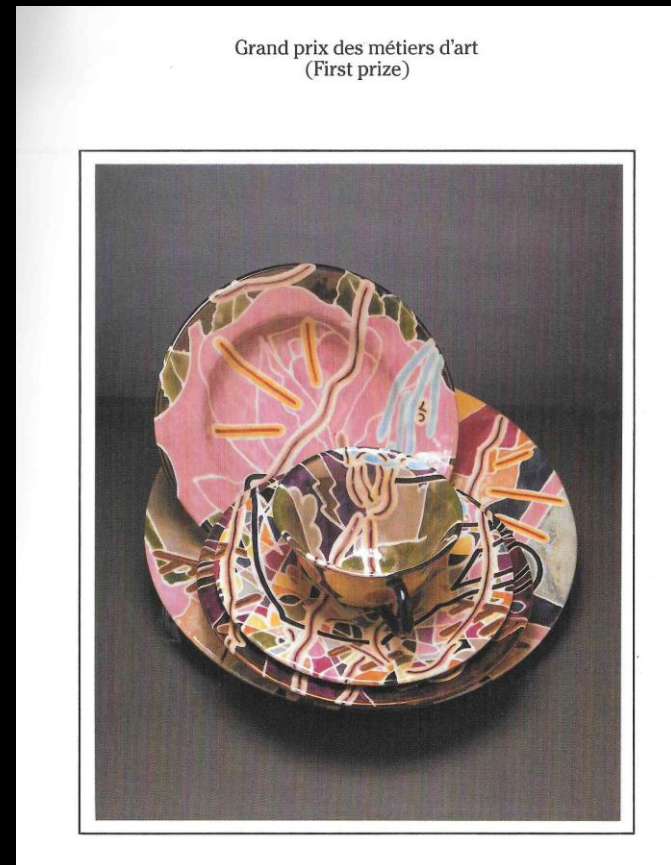
Pierre-André Julien, Pierre Lamonde et Daniel Latouche (I.N.R.S - Urbanisation). *L'avenir des métiers d'art au Québec*.

3.4

Valeurs
CAPITAL SYMBOLIQUE

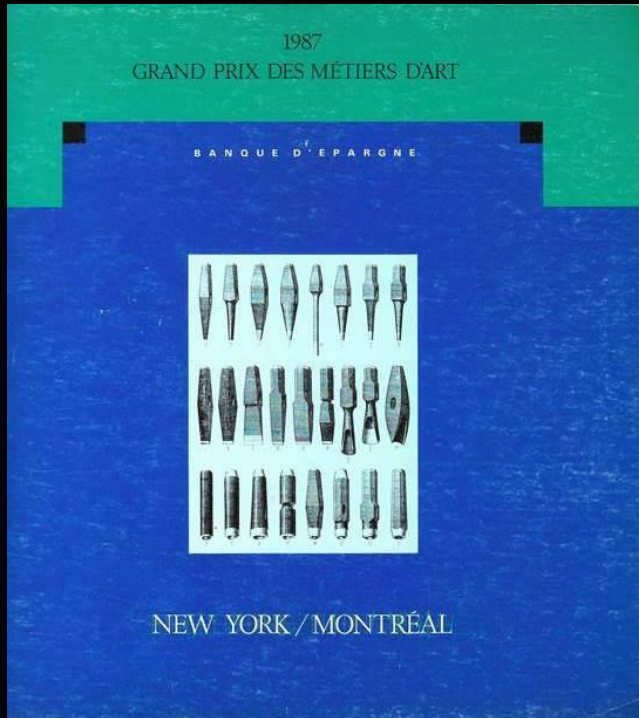


Grand Prix des Métiers d'art
1985

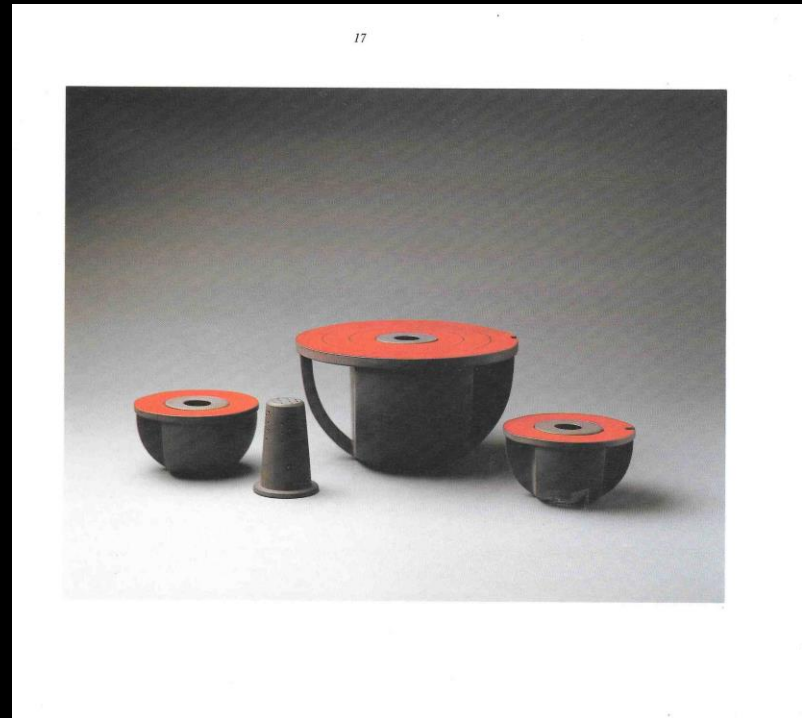


3.4

Valeurs CAPITAL SYMBOLIQUE



Grand Prix des Métiers d'art
1987

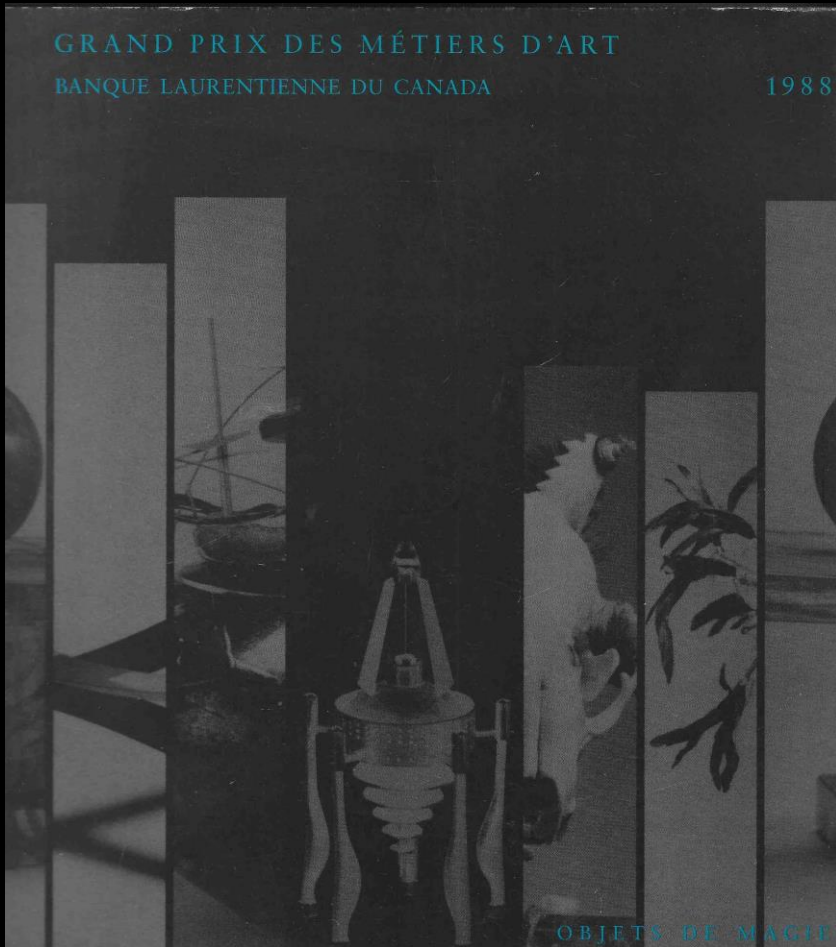


Grand prix des métiers d'art

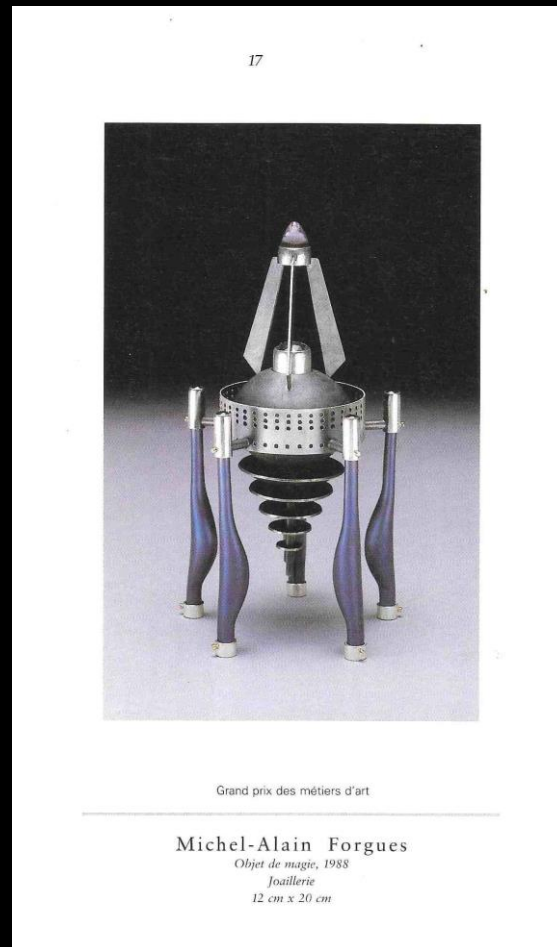
Goyer Bonneau
Trans-figuration d'un bol, 1987
céramique
20,5 cm x 11,5 cm, 11 cm x 6 cm

3.4

Valeurs
CAPITAL SYMBOLIQUE



Grand Prix des Métiers d'art
1988



Grand prix des métiers d'art

Michel-Alain Forgues
Objet de magie, 1988
Joaillerie
12 cm x 20 cm

1° ARTS VISUELS :

la production d'œuvres originales de recherche ou d'expression, uniques ou d'un nombre limité d'exemplaires, exprimées par la peinture, la sculpture, l'estampe, le dessin, l'illustration, la photographie, les arts textiles, l'installation, la performance, la vidéo d'art ou toute autre forme d'expression de même nature;

2° MÉTIERS D'ART :

la production d'œuvres originales, uniques ou en multiples exemplaires, destinées à une fonction utilitaire, décorative ou d'expression et exprimées par l'exercice d'un métier relié à la transformation du bois, du cuir, des textiles, des métaux, des silicates ou de toute autre matière.

Loi S-32.01, 1989

[...] aujourd'hui, le soufflage du verre renaît de ses cendres en raison de l'intérêt grandissant du public pour des produits moins standardisés, plus personnalisés. Cette évolution est due à l'élévation du niveau économique et culturel qui crée un marché de plus en plus vaste pour les produits artisanaux, plus chers mais aussi plus beaux et de meilleure qualité que ceux de l'industrie. « i »

Jean Vallières

Le verre soufflé, art perdu et retrouvé
(1979)

L'analyse proposée par Vallières pour expliquer la popularité croissante pour les produits artisanaux rejoint celle élaborée dans l'extrait suivant, tiré d'une étude parue en 1976 portant sur les métiers d'art et particulièrement des changements apportés aux métiers d'art dans le contexte immédiat d'Expo 67 :

[...] il y a une certaine corrélation entre la hausse du niveau d'instruction et la consommation de biens culturels; or, une des principales caractéristiques du produit de l'artisan est sa valeur esthétique, et l'évolution culturelle prend donc ici une importance fort grande [...] à mesure que les sociétés deviennent plus riches, que l'abondance se répand, un plus grand nombre d'individus recherche des biens personnalisés et conformes à leurs nouvelles valeurs, telles que l'autosatisfaction et l'auto-expression. Il semble donc évident que l'augmentation des revenus au Québec a permis d'élargir le marché des consommateurs pour les biens d'art et ainsi d'améliorer la condition de l'artisan. De même, la hausse des revenus au Québec et ailleurs, en même temps que la diminution des heures de travail (ou l'augmentation du temps de loisir) ont donné un essor encore plus important au tourisme intérieur et extérieur et ont provoqué une hausse de la demande pour des objets souvenirs, et, parmi ceux-ci, pour des produits caractérisant le Québec, c'est-à-dire vraisemblablement fabriqués par des artisans. « ii »

Dans un autre document, Vallières, se basant sur une étude de marché, explique :

Ma clientèle se compose majoritairement de couples dont l'âge se situe entre 30 et 50 ans, de revenu au-dessus de la moyenne, de même que la scolarité. Cette proportion est d'environ 60%. 30% sont des personnes seules de plus de 25 ans qui ont les mêmes caractéristiques. Enfin, environ 10% sont des homosexuels du même bon goût[sic]. «iii»

C'est ainsi que, pour développer « le bon goût », évoqué par Vallières, pour les métiers d'art, le consommateur doit – pour utiliser la terminologie de Pierre Bourdieu, posséder le capital symbolique lui permettant de percevoir dans l'objet métiers d'art, hors du sens strict de la marchandise et de l'objet utilitaire, un contenu symbolique et culturel supplémentaire, une valeur ajoutée «iv» . Rappelons que, pour Bourdieu, le capital symbolique se manifeste à travers le phénomène « du goût », qui est « ce qui fait que l'on a ce que l'on aime parce qu'on aime ce que l'on a, c'est-à-dire les propriétés qu'on se voit attribuer en fait dans les distributions et assigner en droit dans les classements «v» . » Le niveau de scolarité du public est donc important pour créer une clientèle pour les produits de la verrerie artisanale.)

- i **Vallières**, *Le soufflage du verre – art perdu et retrouvé* : 119.
- ii **Pierre-André Julien, Pierre Lamonde et Daniel Latouche (I.N.R.S.-Urbanisation)**. *L'avenir des métiers d'art au Québec* : 210-213.
- iii **Jean Vallières**. *Prix Cossette communication-marketing. Fiche d'inscription*. Verrerie La Mailloche Inc. Dossier d'artiste. Archives du CMAQ.
- iv **Bourdieu**. *Raisons pratiques* : 161.
- v **Bourdieu**. *La Distinction* : 193-195.



Une question d'approches
Une formation exceptionnelle du CMAQ

Exercice

Exercice 3

CAPITAL SYMBOLIQUE

QUESTION 1

Identifiez le profil social de votre public-cible. Définissez-le par ses principales caractéristiques (genre, âge, origine ethnique, origine culturelle, lieu d'habitation, classe sociale, idéologie, niveau d'éducation, revenu annuel, profession, etc.).

POSITIONNEMENT ET ORIENTATION

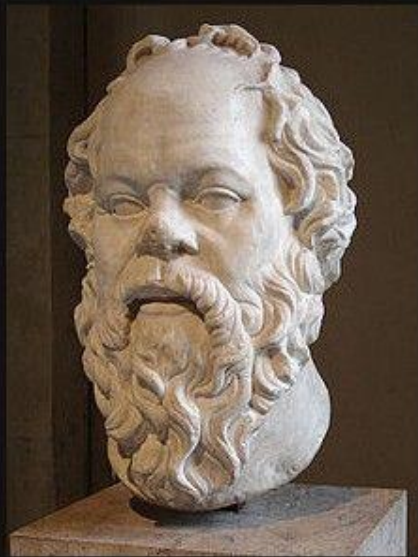
4

DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF

4.1

4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF



Connais-toi toi-même et tu connaîtras l'Univers et
les Dieux.

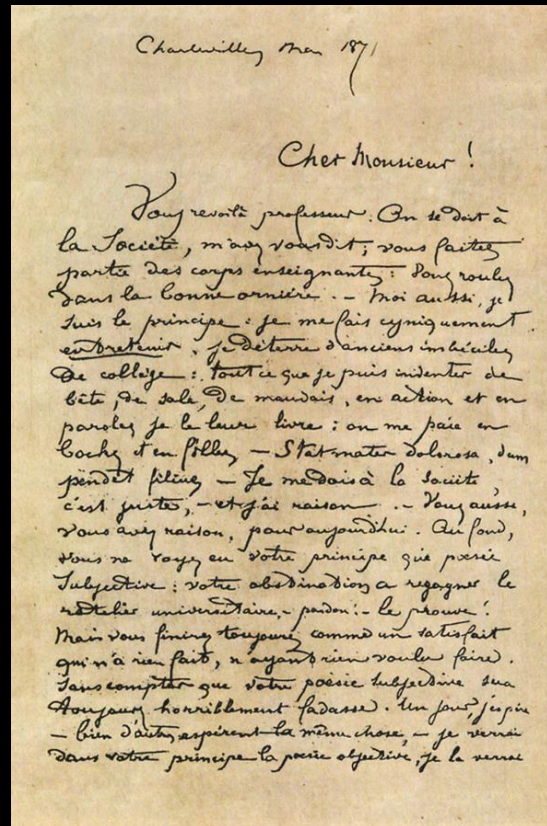
(Socrate)

qq citations

4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF

« Je »



« Je est un autre. »

« Je est un autre.
J'assiste à l'éclosion de
ma pensée : je la
regarde, je l'écoute. »

Lettre d'Arthur
Rimbaud à Paul
Demeny (15 mai 1871)

http://abardel.free.fr/petite_anthologie/lettre_du_voyant_panorama.html

4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF

Définitions

EGO

Sens 1 Psychologie

Ego désigne le moi, c'est-à-dire la représentation et la conscience que tout individu a de lui-même.

Sens 2 Psychanalyse

La première topique est une conception du psychisme organisé en lieux psychiques, la première représentation spatiale de l'appareil psychique différencié en systèmes, l'inconscient, le préconscient et le conscient, créée par Sigmund Freud. (1900)

En 1920, Freud élabore la seconde topique de l'appareil psychique composée du Moi, du Ça et du Surmoi.

CARL GUSTAV JUNG

Psychanalyse l'**inconscient** collectif et l'**archétype**: Modèle primitif, idéal ou le plus répandu, exemple-type d'une situation ou d'une réalité donnée.

4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF

Définitions (suite)

CULTURE

Sens 1 Action de cultiver le sol ou une plante.

Sens 2 Ensemble des connaissances acquises dans un domaine.

Sens 3 Culture en sociologie : ensemble des aspects intellectuels, artistiques et des idéologies d'une civilisation ou d'un groupe particulier.

Sens 4 Culture en philosophie : transmission des savoirs aux générations futures.

Sens 5 Anthropologie : la culture est l'ensemble des institutions, des croyances. Ce sont les aptitudes apprises par les Hommes en tant que membres d'une société.

IDÉOLOGIE

Mode de pensée critique en philosophie qui se développe en croyance normative dans l'espace public.

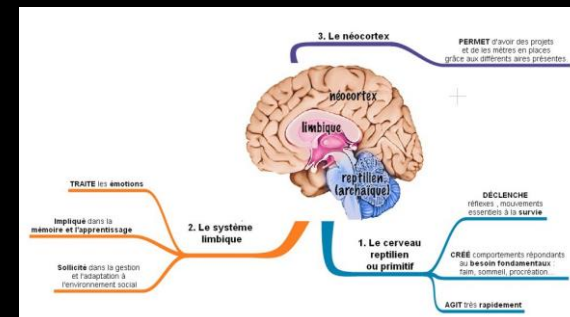
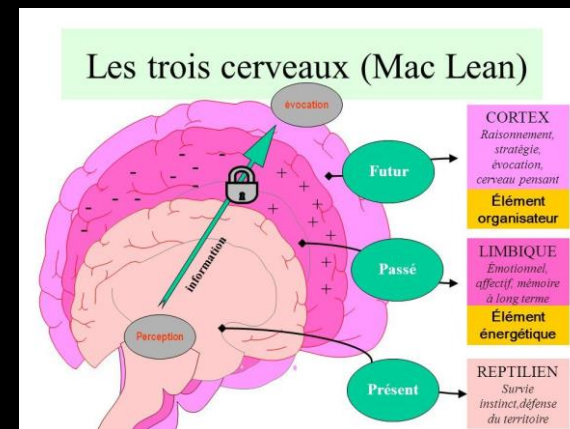
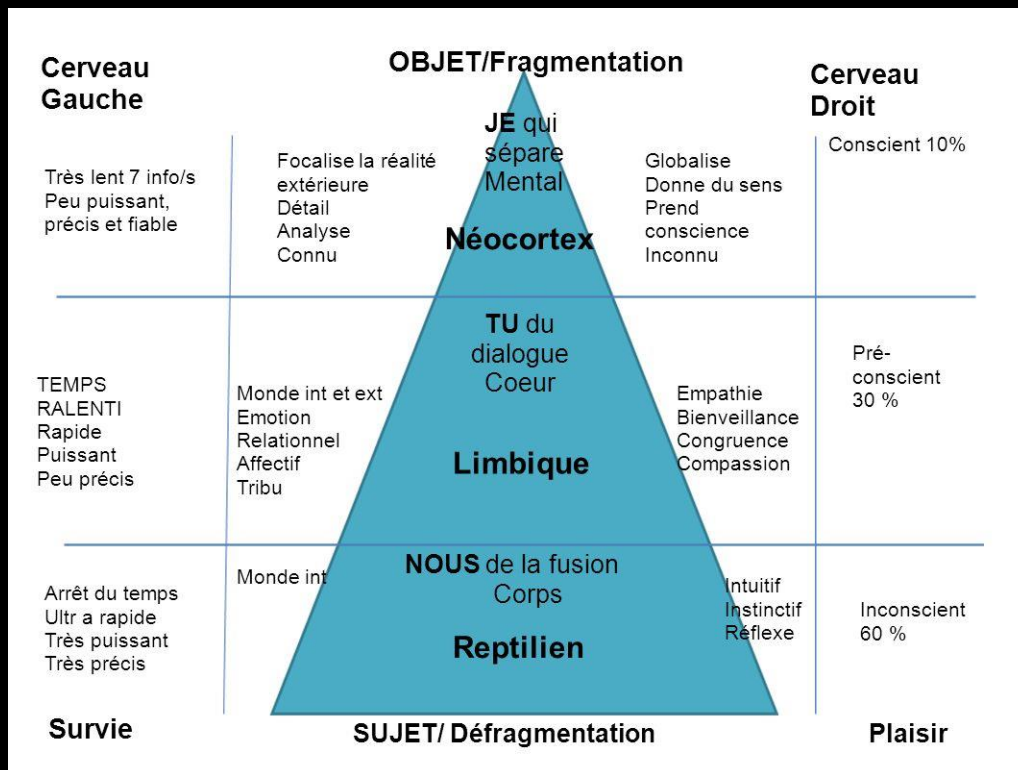
Ensemble de croyances, des idées caractéristiques d'une personne, d'un groupe, d'une société à un moment donné.

PARADIGME

Structure d'organisation des idées: représentation, vision du monde, modèle, courant de pensées.

4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF Le cerveau



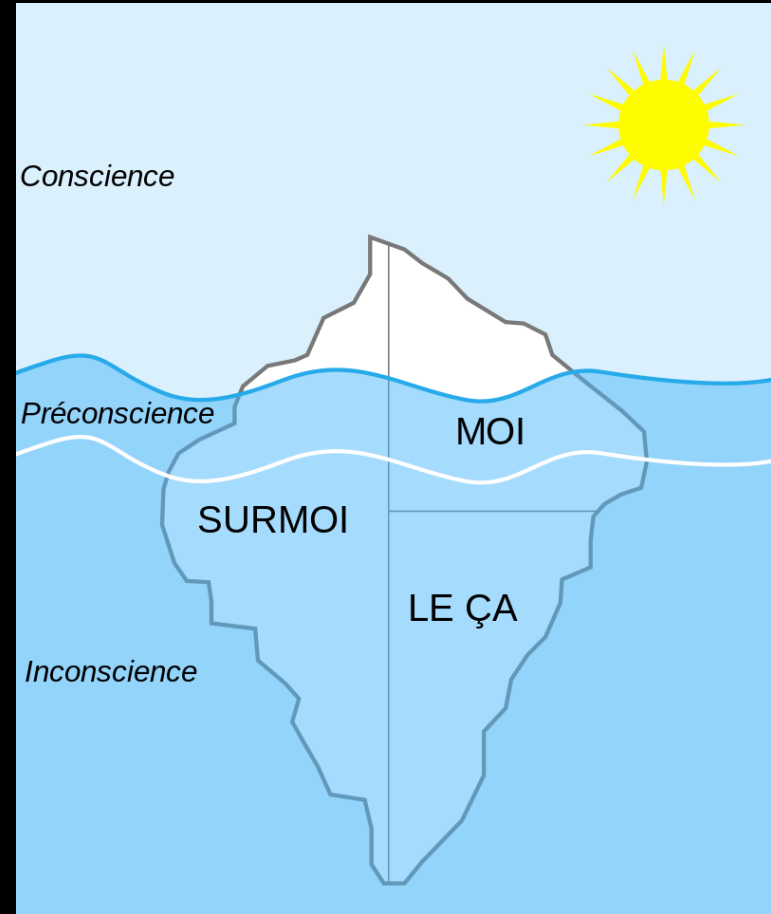
4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF

Sigmund Freud



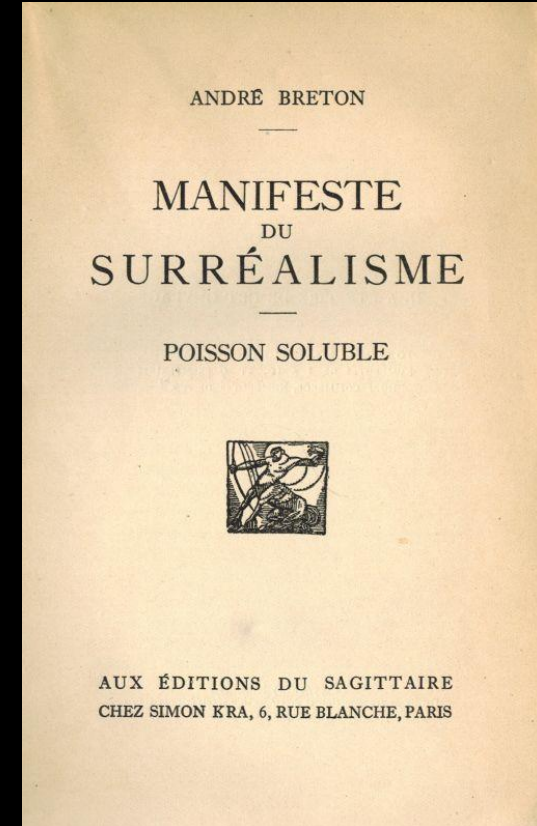
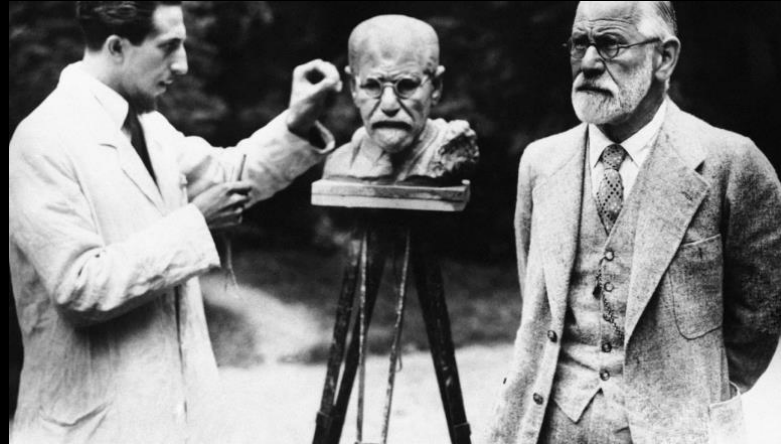
Sigmund Freud



Représentation de la seconde topique

4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF *Le surréalisme*

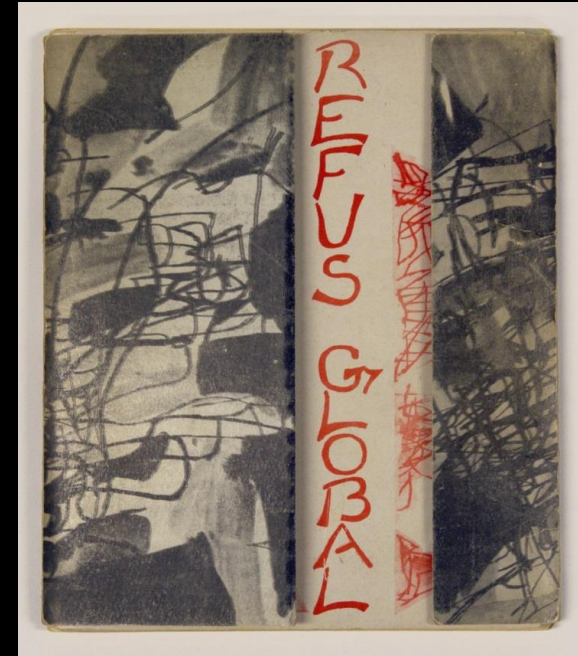


https://fr.wikipedia.org/wiki/Manifeste_du_surréalisme

4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF *Surréalisme*

Paul-Emile Borduas et l'Automatisme (1942)



« Actuellement, dans un grand nombre de cas, nos ouvrières, notamment, sont exploitées [...]. Il est urgent qu'on s'organise à ce point de vue, si l'on veut réellement encourager l'artisanat et ceux que le pratiquent. »

Paul-Émile Borduas. Refus Global

4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF

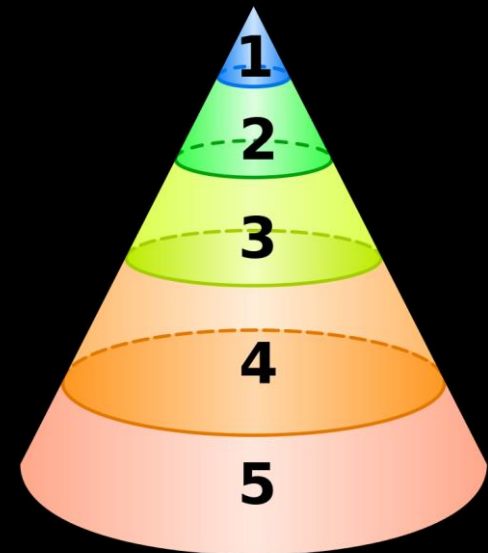
Archétype

ARCHÉTYPE

Modèle primitif, idéal ou le plus répandu, exemple-type d'une situation ou d'une réalité donnée.

REPRÉSENTATION CONIQUE DE LA STRUCTURE DE LA PSYCHÉ SELON LA PSYCHOLOGIE ANALYTIQUE :

1. le Moi ;
2. le conscient ;
3. l'inconscient personnel ;
4. l'inconscient collectif ;
5. la partie de l'inconscient collectif qui ne peut être connue, dite « inconscient archaïque ».



4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF

L'inconscient collectif

L'inconscient collectif est un concept de la psychologie analytique s'attachant à désigner les fonctionnements humains liés à l'imaginaire, communs ou partagés, quels que soient les époques et les lieux, et qui influencent et conditionnent les représentations individuelles et collectives.

Selon le psychiatre Carl Gustav Jung : « les instincts et les archétypes constituent l'ensemble de l'inconscient collectif. Je l'appelle « collectif » parce que, au contraire de l'inconscient personnel, il n'est pas fait de contenus individuels plus ou moins uniques ne se reproduisant pas, mais de contenus qui sont universels et qui apparaissent régulièrement. »

Pour Jung, reconnaître l'existence et l'influence de l'inconscient collectif, c'est reconnaître que « nous ne sommes pas d'aujourd'hui ni d'hier ; nous sommes d'un âge immense. »

4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF *Culture*

CULTURE

Sens 1 Action de cultiver le sol ou une plante.

Sens 2 Ensemble des connaissances acquises dans un domaine.

Sens 3 Culture en sociologie : ensemble des aspects intellectuels, artistiques et des idéologies d'une civilisation ou d'un groupe particulier.

Sens 4 Culture en philosophie : transmission des savoirs aux générations futures.

Sens 5 Anthropologie : la culture est l'ensemble des institutions, des croyances. Ce sont les aptitudes apprises par les Hommes en tant que membres d'une société.

IDÉOLOGIE

Mode de pensée critique en philosophie qui se développe en croyance normative dans l'espace public.

Ensemble de croyances, des idées caractéristiques d'une personne, d'un groupe, d'une société à un moment donné.

PARADIGME

Structure d'organisation des idées: représentation, vision du monde, modèle, courant de pensées.

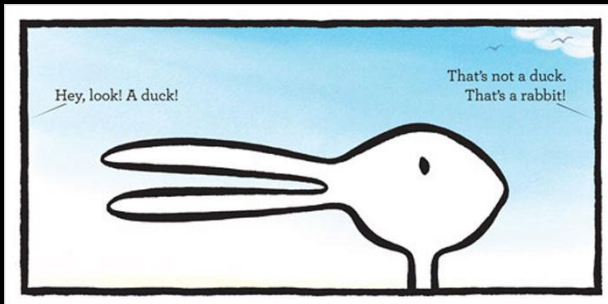
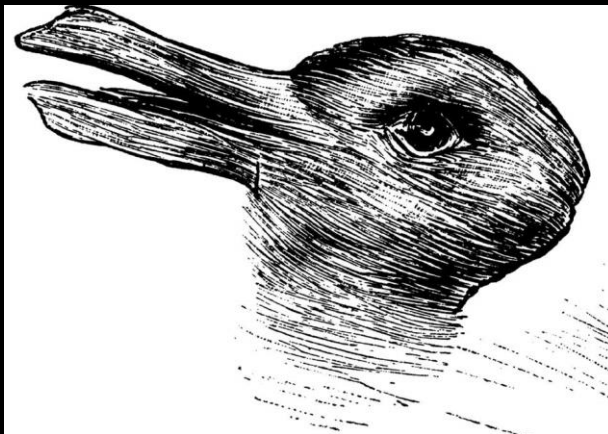
4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF

Ideologie

IDÉOLOGIE

Ensemble de croyances, des idées caractéristiques d'une personne, d'un groupe, d'une société à un moment donné.



4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF

Art et propagande

All art is propaganda; on
the other hand, not all
propaganda is art

George Orwell

PICTUREQUOTES.COM

PICTUREQUOTES



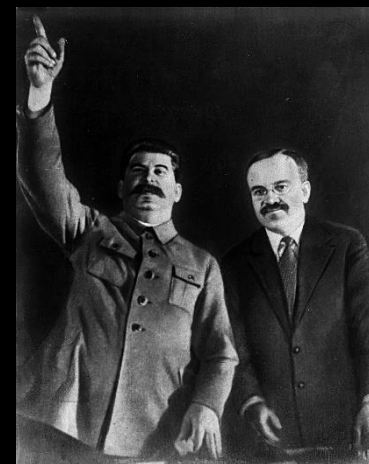
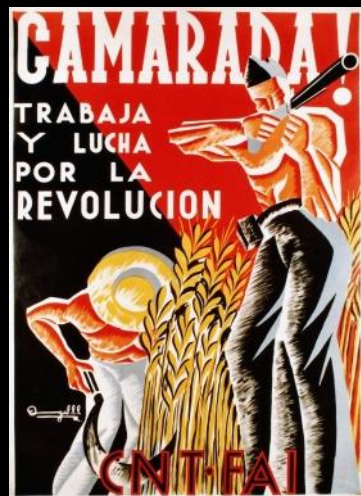
4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF

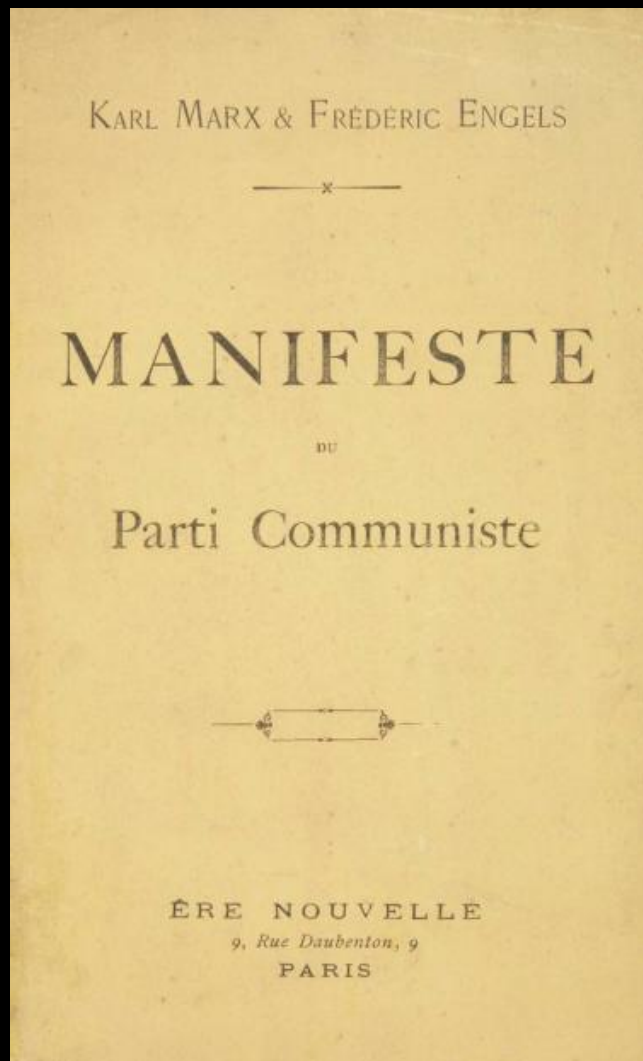


4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF



4.1

Positionnement et orientation
DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF

« L'histoire de toute société jusqu'à nos jours n'a été que l'histoire des luttes de classes.(...) »

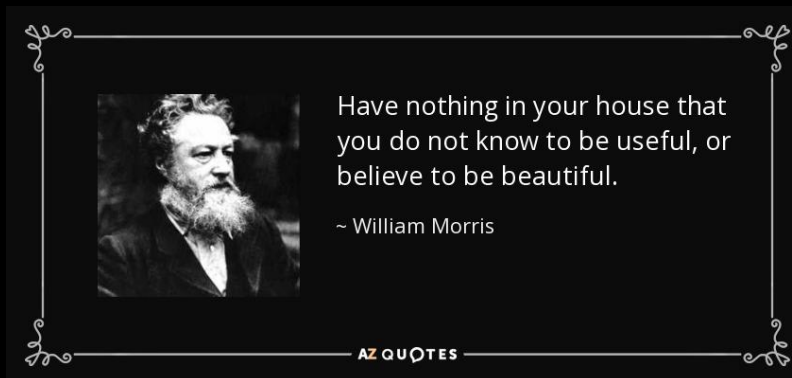
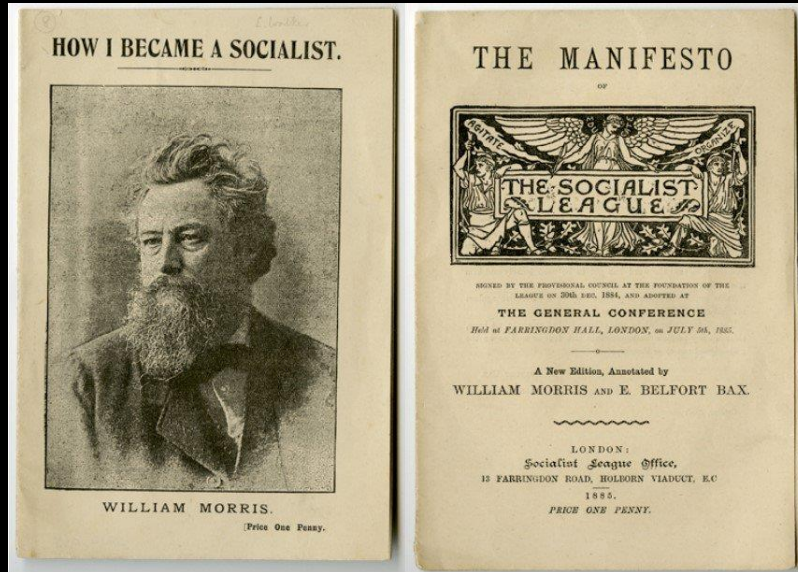
Les communistes ne s'abaissent pas à dissimuler leurs opinions et leurs buts. Ils proclament hautement que ces buts ne pourront être atteints sans le renversement violent de tout ordre social actuel. Que les classes régnautes tremblent à l'idée d'une révolution communiste. Les prolétaires n'ont rien à y perdre, hors leurs chaînes. Ils ont un monde à gagner. Prolétaires de tous les pays, unissez-vous ! »

http://classiques.uqac.ca/classiques/labriola_antonio/essais/materialisme_historique/Essai_3_Manifeste_PC/Le_manifeste_PC.html

4.2

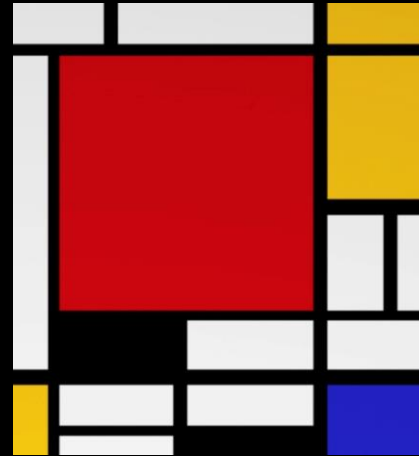
Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART



4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF *De Stijl*



2.1

Art moderne, mouvements et discours

AVANT-GARDE*De Stijl*

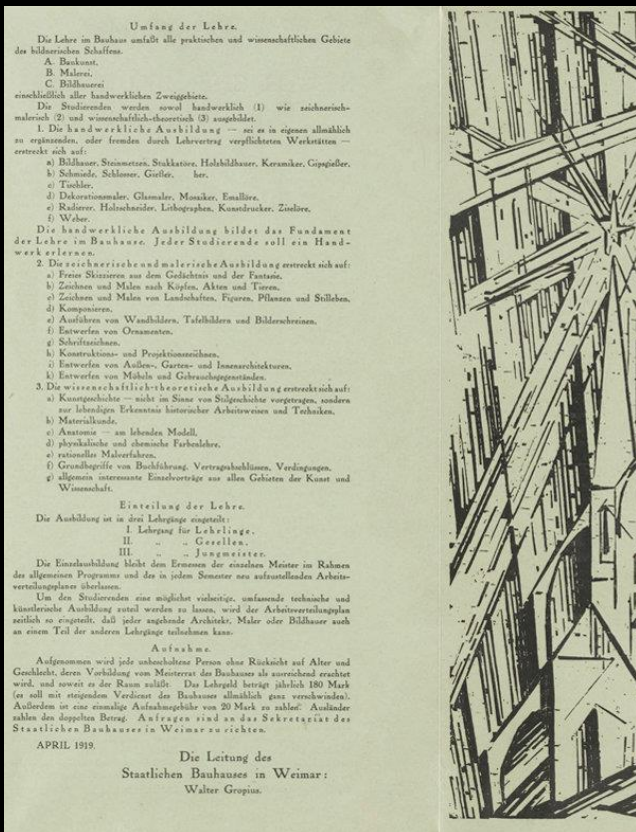
« (...) l'homme de notre temps qui éprouve le besoin de barbouiller les murs est un criminel ou un dégénéré. Ce besoin est normal chez l'enfant qui commence à satisfaire son instinct artistique en crayonnant des symboles érotiques. Chez l'homme moderne et adulte, c'est un symptôme pathologique... (...) Ce qui fait justement la grandeur de notre temps, c'est que (...) nous avons vaincu l'ornement : nous avons appris à nous en passer. Voici venir un siècle neuf où va se réaliser la plus belle des promesses. Bientôt les rues des villes resplendiront comme les grands murs tout blancs. (...) La suppression de l'ornement a pour conséquence le raccourcissement de la journée de travail et l'augmentation des salaires... (...) Ce travail de pure décoration a représenté, de tout temps, une dilapidation de la santé et de l'énergie humaines. De nos jours, il représente en outre une dilapidation de matières premières. Aucun avantage, aucun besoin ne justifie plus cette double destruction de richesse. (...) L'inventeur d'ornements modernes n'est plus un artiste vigoureux et sain qui parle au nom de son peuple ; c'est un rêveur isolé, un attardé, un malade... »

Adolf Loos, *Ornement et Crime*, 1908
<http://www.bibliomonde.com/livre/ornement-crime-autres-textes-1948.html>


4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF

Bauhaus - Manifeste



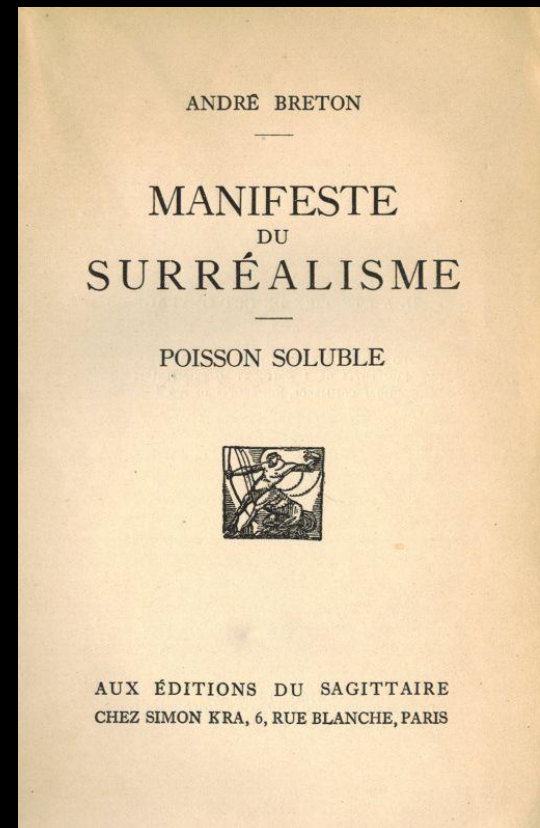
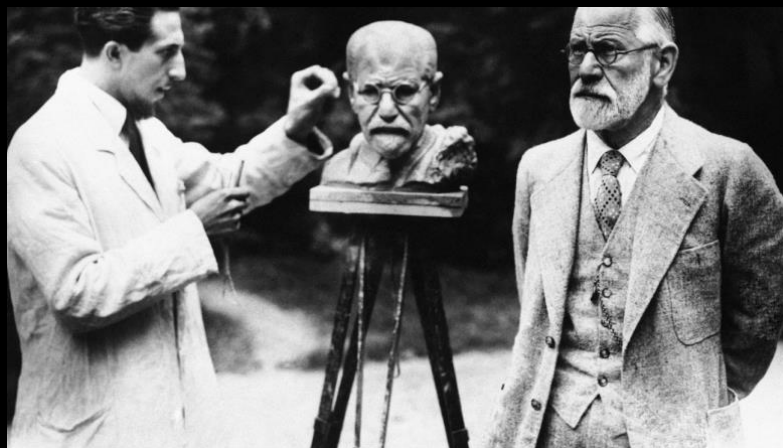
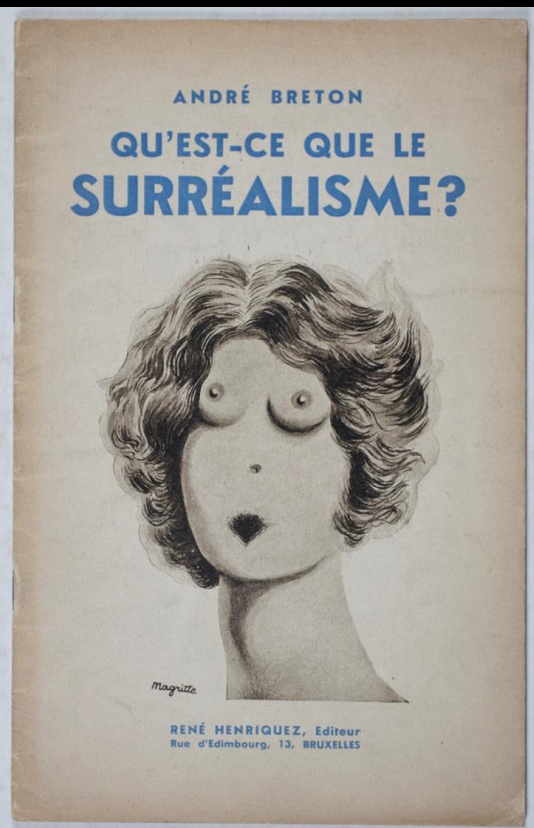
« Le but final de toute activité créatrice est la construction ! (...) Architectes, sculpteurs, peintres; nous devons tous revenir au travail manuel, parce qu' il n'y a pas « d'art professionnel ». Il n'existe aucune différence, quant à l'essence, entre l'artiste et l'artisan. L'artiste n'est qu'un artisan inspiré. C'est la grâce du ciel qui fait, dans de rares instants de lumière et par sa volonté, que l'oeuvre produite de ses mains devient art, tandis que la base du savoir-faire est indispensable à tout artiste. C'est la source de l'inspiration créatrice. Formons donc, une nouvelle corporation d'artisans, sans l'arrogance des classes séparées et par laquelle a été érigée un mur d'orgueil entre artisans et artistes. Nous voulons, concevons et créons ensemble la nouvelle construction de l'avenir, qui embrassera tout en une seule forme : architecture, plastique et peinture, qui s'élèvera par les mains de millions d'ouvriers vers le ciel du futur, comme le symbole cristallin d'une nouvelle foi. »

Walter Gropius, Weimar, Avril, 1919.

<https://art-zoo.com/manifeste-du-bauhaus/>

4.1

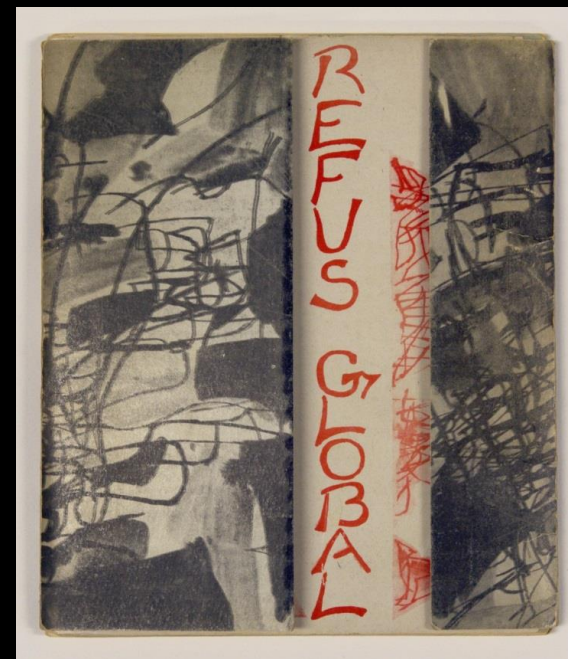
Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF *Surréalisme*



4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF *Surréalisme*

Paul-Emile Borduas et l'Automatisme (1942)



« Actuellement, dans un grand nombre de cas, nos ouvrières, notamment, sont exploitées [...]. Il est urgent qu'on s'organise à ce point de vue, si l'on veut réellement encourager l'artisanat et ceux que le pratiquent. »

Paul-Émile Borduas. Refus Global

2.3

Les métiers d'art au Québec

MODERNITÉ

De Stijl : Les Plasticiens (1950)

MANIFESTE DES PLASTICIENS

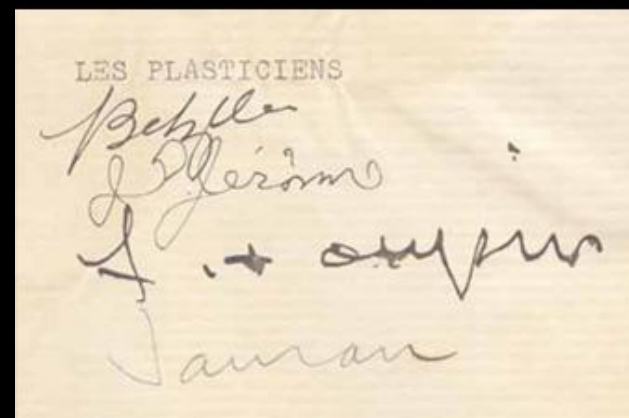
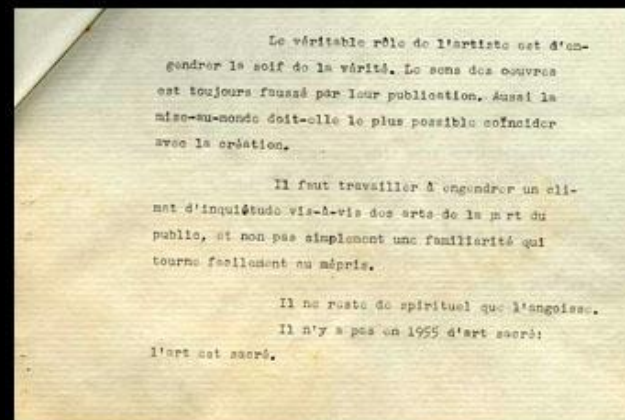
« Les Plasticiens sont des peintres qui se sont réunis quand ils ont constaté que la similitude d'apparence de leurs peintures relevait d'une concordance dans leur conduite de peintre, dans leur démarche picturale et dans leurs attitudes envers la peinture, per se et dans la société humaine.

Comme le nom qu'ils ont choisi pour leur groupe l'indique, les Plasticiens s'attachent avant tout, dans leur travail, aux faits plastiques : ton, texture, couleurs, formes, lignes, unité finale qu'est le tableau, et aux rapports entre ces éléments. Éléments assumés comme finis. (...) »

Signataires du Manifeste: Louis Belzile, Jauran, Jean-Paul Jérôme et Fernand Toupin

Montréal, le 15 février 1955

http://www.conseildesarts.org/documents/Manifeste/manifeste_plasticiens.htm





PARADIGME

Représentation, vision du monde, modèle, courant de pensées.

Un paradigme est une représentation du monde, une manière de voir les choses, un modèle cohérent du monde qui repose sur un fondement défini

Le paradigme peut être explicite lorsqu'un philosophe, un chercheur — ou un idéologue — décrit, analyse son sujet selon un schéma de pensée, une vision du monde clairement définis.

Les collectivités humaines sont régies par des pratiques, des croyances partagées

Les paradigmes tendent à différer selon les groupes sociaux et à changer dans le temps.

4.1

Positionnement et orientation DE L'INDIVIDU AU COLLECTIF *Surréalisme*

PARADIGME

Représentation, vision du monde, modèle, courant de pensées.

Ce n'est pas la conscience des
hommes qui détermine leur être.
C'est inversement leur être social
qui détermine leur conscience.



Karl Marx

www.citation-celebre.com



Une question d'approches
Une formation exceptionnelle du CMAQ

Exercice

POSITIONNEMENT ET ORIENTATION

QUESTION 1

Sous le mode du manifeste, rédigez un court texte (un paragraphe) destiné à convaincre du bien-fondé et du potentiel révolutionnaire de votre démarche artistique. Votre texte doit comporter les trois éléments principaux d'un manifeste, soit :

- 1 - Ma position
- 2 - Mes moyens d'action
- 3 - Mes objectifs

POSITIONNEMENT ET ORIENTATION

QUESTION 2

Donnez un titre à votre manifeste sous forme de slogan. Ce titre doit synthétiser votre démarche en très peu de mots et de manière percutante.

QUESTION 3

Si vous aviez à fonder un mouvement, quel serait son nom ?



Une question d'approches
Une formation exceptionnelle du CMAQ

Pause

POSTMODERNITÉ

4.3

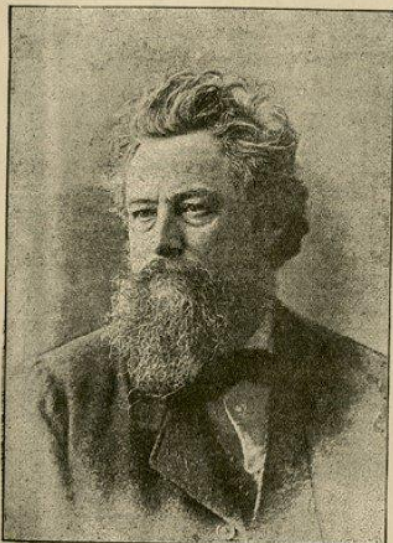
HISTOIRE DES MÉTIERES D'ART

4.2

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *The Arts and Crafts Movement*

HOW I BECAME A SOCIALIST.



WILLIAM MORRIS.

[Price One Penny.

THE MANIFESTO



SIGNED BY THE PROVISIONAL COUNCIL AT THE FOUNDATION OF THE
LEAGUE ON 20th DEC. 1884, AND ADOPTED AT
THE GENERAL CONFERENCE
Held at FARRINGTON HALL, LONDON, on JULY 26th, 1885.

A New Edition, Annotated by
WILLIAM MORRIS AND E. BELFORT BAX.

LONDON:
Socialist League Office,
13 FARRINGTON ROAD, HOLBORN VIADUCT, E.C
1885.
PRICE ONE PENNY.



Have nothing in your house that
you do not know to be useful, or
believe to be beautiful.

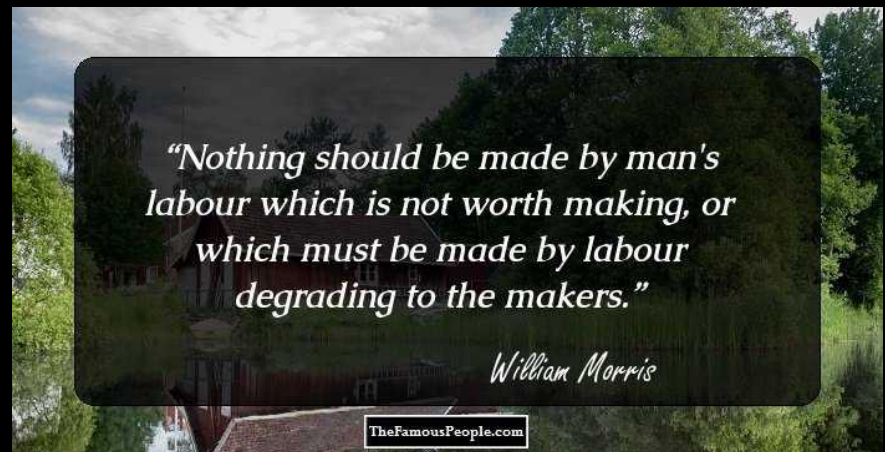
~ William Morris

AZ QUOTES

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART



4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART



4.2

Positionnement et orientation **HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART**



4.2

Positionnement et orientation

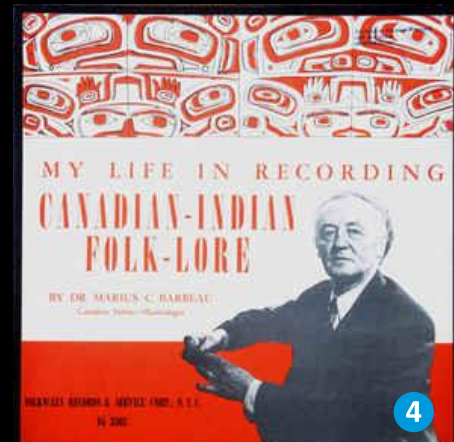
HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART



La Guilde, 2019
Photo Bruno Andrus

4.2

Positionnement et orientation
HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART (1900-1960)



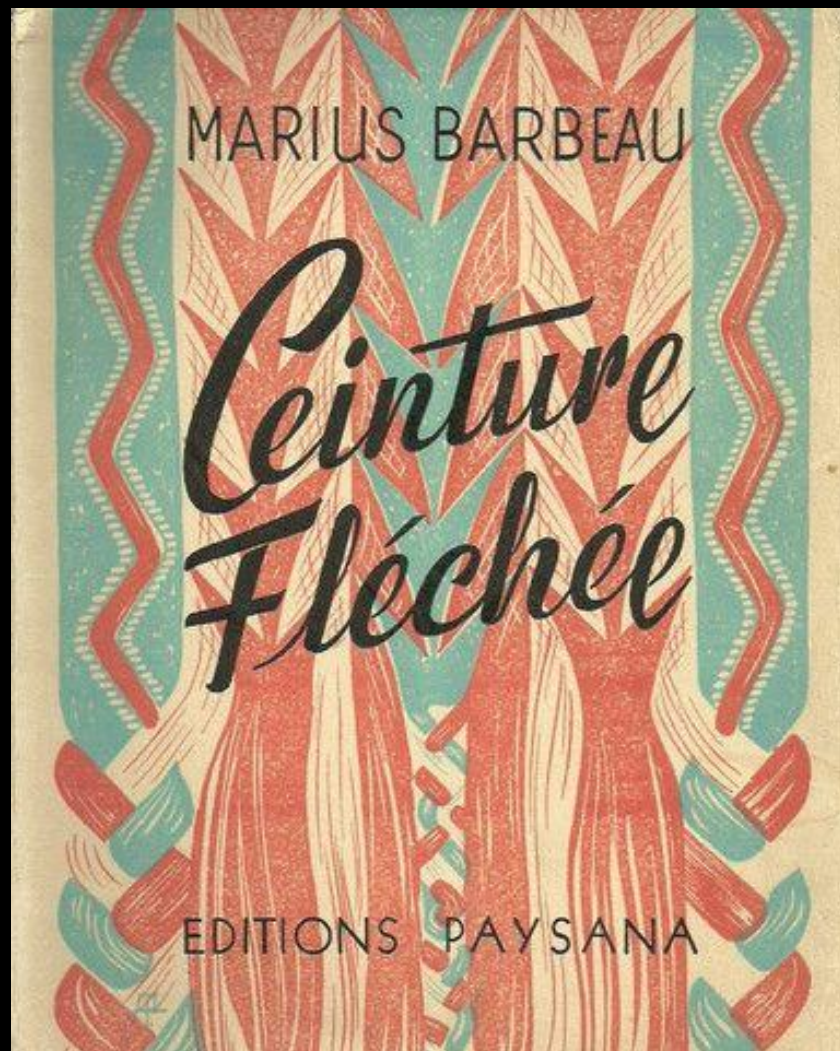
Marius Barbeau 1
 Oxford 1910

Marius Barbeau 2 3 4
 Ethnologue

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART



4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART



4.2

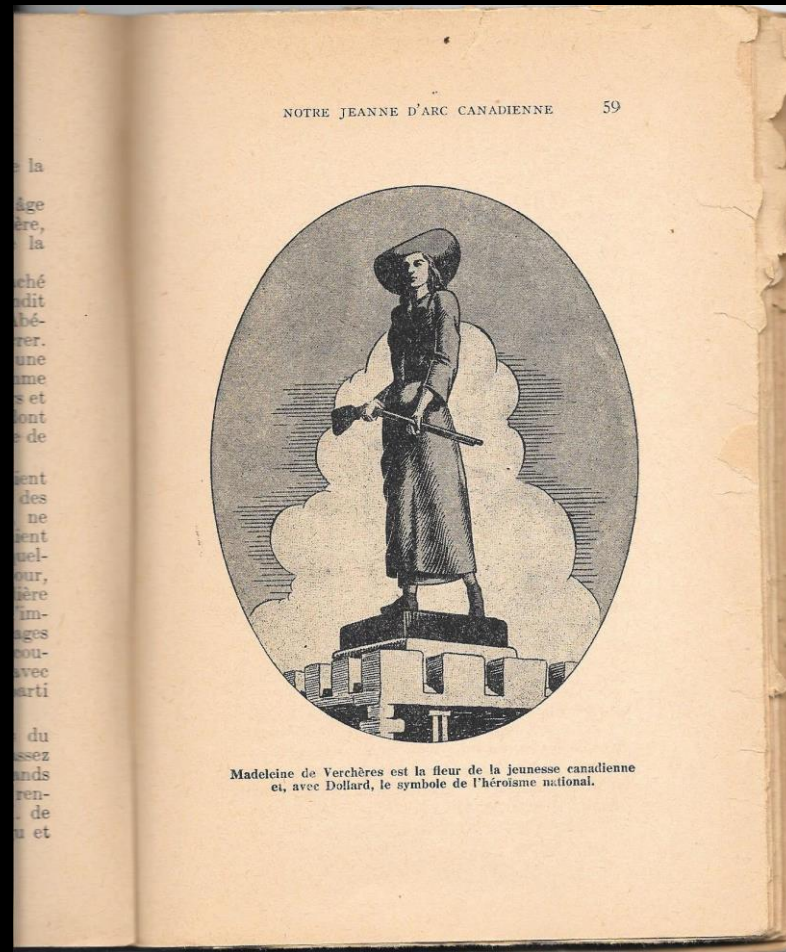
Positionnement et orientation **HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART**



Henri Beaulac 1
Lithographie



Lucien Desmarais 2
1976



4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART



4.2

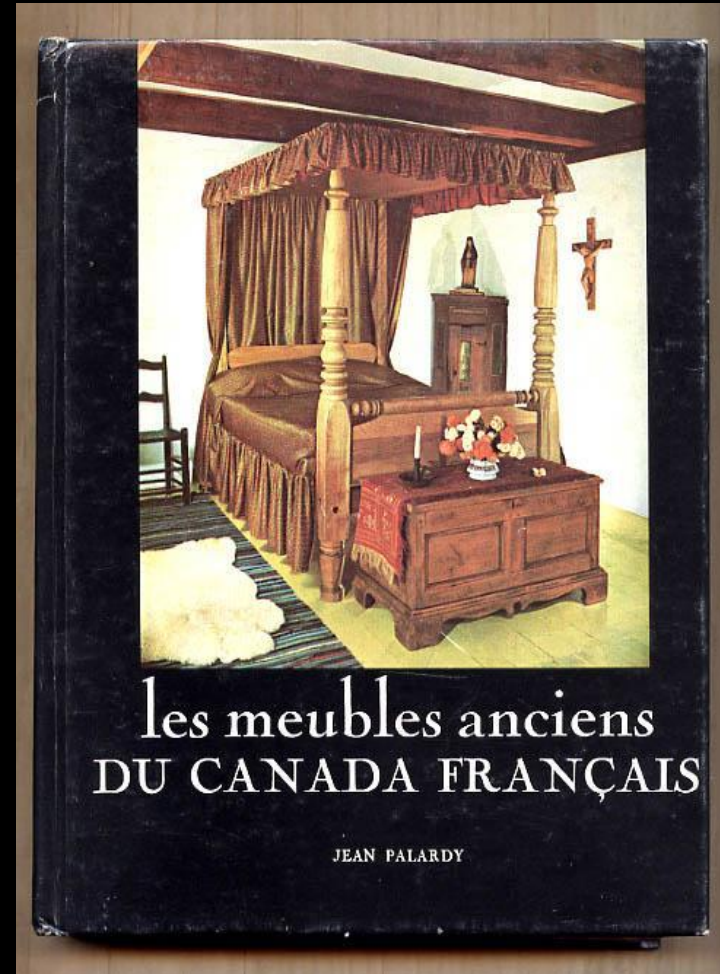
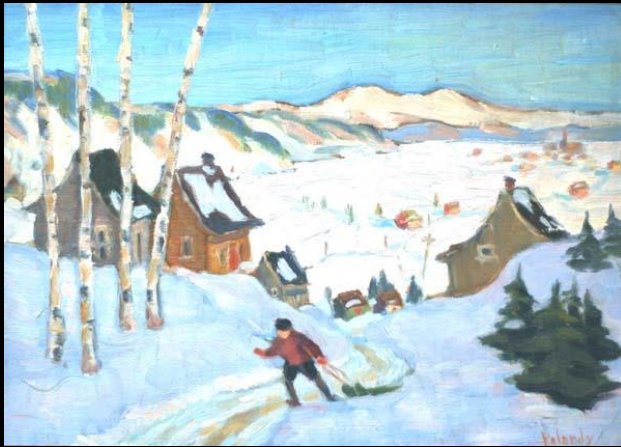
Positionnement et orientation
HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

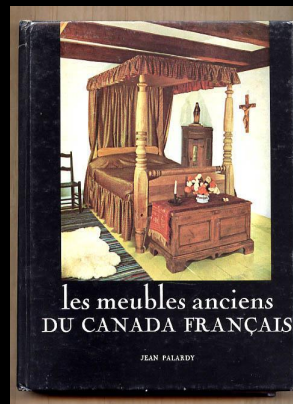
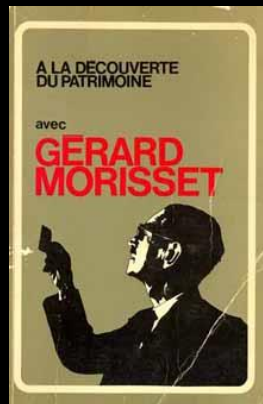
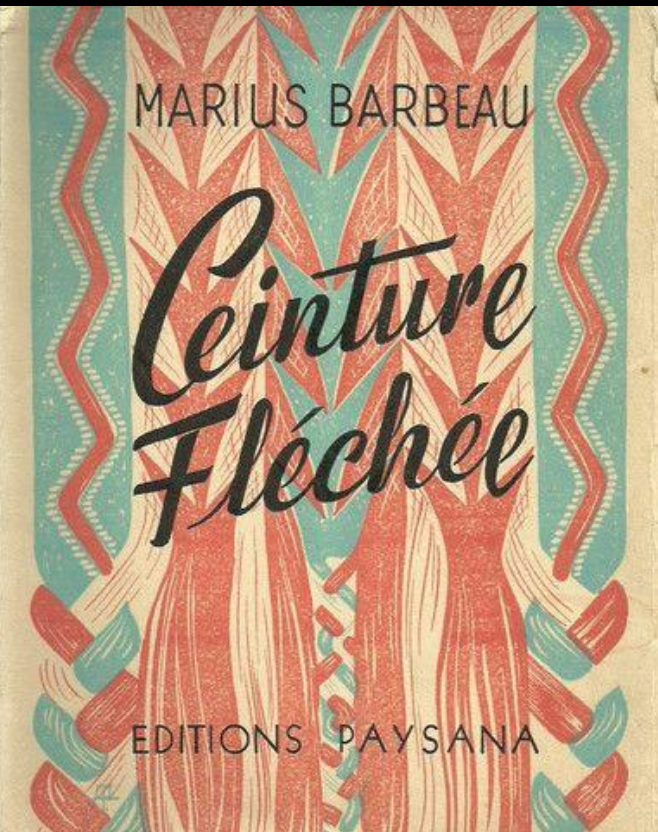


Clarence Gagnon

4.2

Positionnement et orientation **HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART**



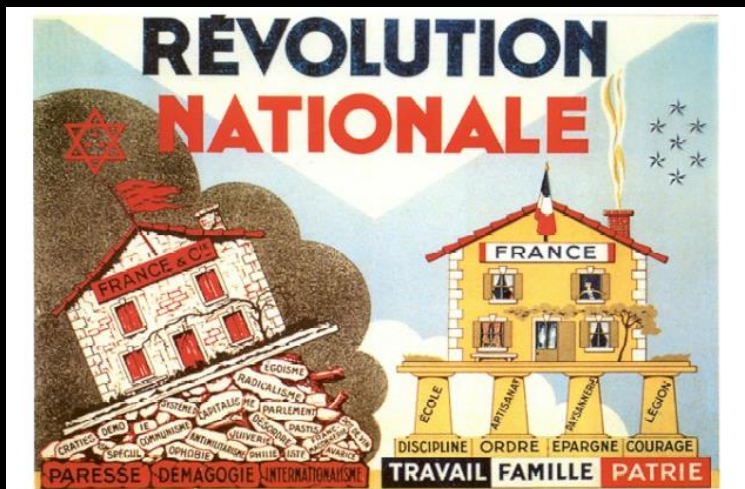


Jean-Marie Gauvreau, directeur de l'Institut des arts appliqués.

Crédits photo : Fonds d'archives de l'École du meuble, CEGEP du Vieux-Montréal; photo Studio V.

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART



4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Céramique de Beauce (1940)



Philippe Lambert à Céramique de Beauce

FONDATION DE L'ÉCOLE DU MEUBLE (MONTRÉAL) ET DE L'ATELIER-ÉCOLE CÉRAMIQUE DE BEAUCE:

« Vous n'ignorez pas que rien n'a été fait jusqu'ici pour l'artisanat masculin dans nos milieux ruraux. Les jeunes gens qui ont des aptitudes doivent se contenter d'aller dans les grands centres suivre des cours de nos écoles spéciales, techniques, d'art et métiers ou autres. Si les parents n'ont pas les moyens, ces jeunes gens végètent et n'ont que pour toute ressource de prendre la cognée et le chemin des bois. »

Jean-Marie Gauvreau (1940)

Gloria Lesser

École du meuble 1930-1950)

4.2

Positionnement et orientation

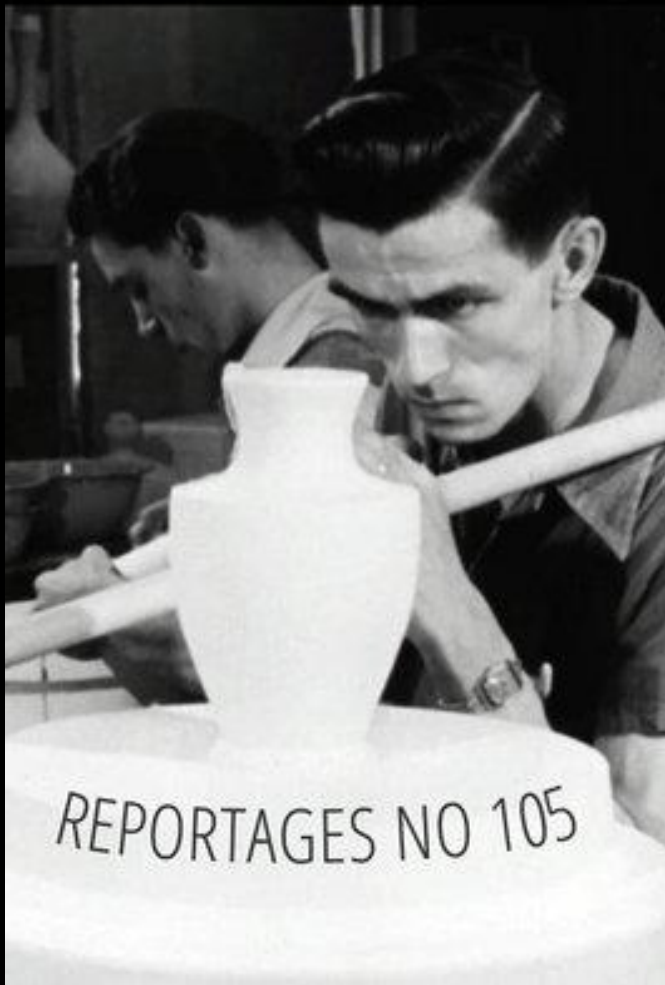
HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Céramique de Beauce (1940)



4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *Céramique de Beauce (1940)*



LA MOISSON DE LA GLAISE : « THE HARVEST OF CLAY »

La Moisson de la glaise : un reportage sur une école de céramique à Saint-Joseph-de-Beauce. Aux mains des artisans, la glaise subit diverses transformations avant de devenir bibelot ou oeuvre d'art.

<https://www.nfb.ca/film/reportages-105/>

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Céramique de Beauce (1940)



Service Paysan 1 2 3

Céramique de Beauce, 1949, 1963
Glaçures : Raymond Lewis

Poterie Dion/Dion Pottery 4 5

Vers 1854-1910

« Actuellement, dans un grand nombre de cas, nos ouvrières, notamment, sont exploitées [...]. Il est urgent qu'on s'organise à ce point de vue, si l'on veut réellement encourager l'artisanat et ceux que le pratiquent. »

Jean-Marie Gauvreau, 1940

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

La Centrale d'artisanat



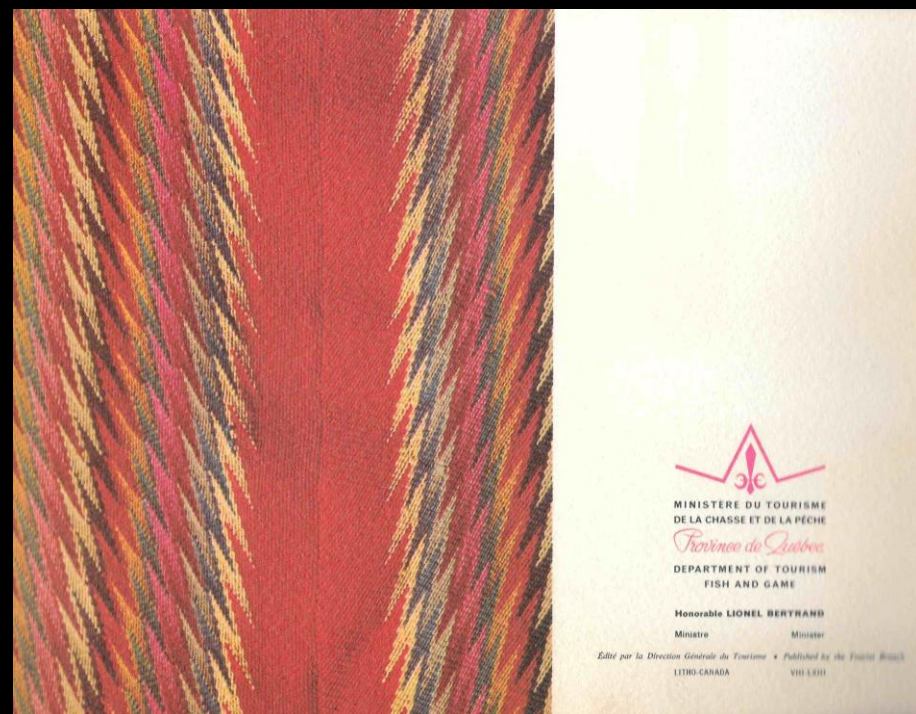
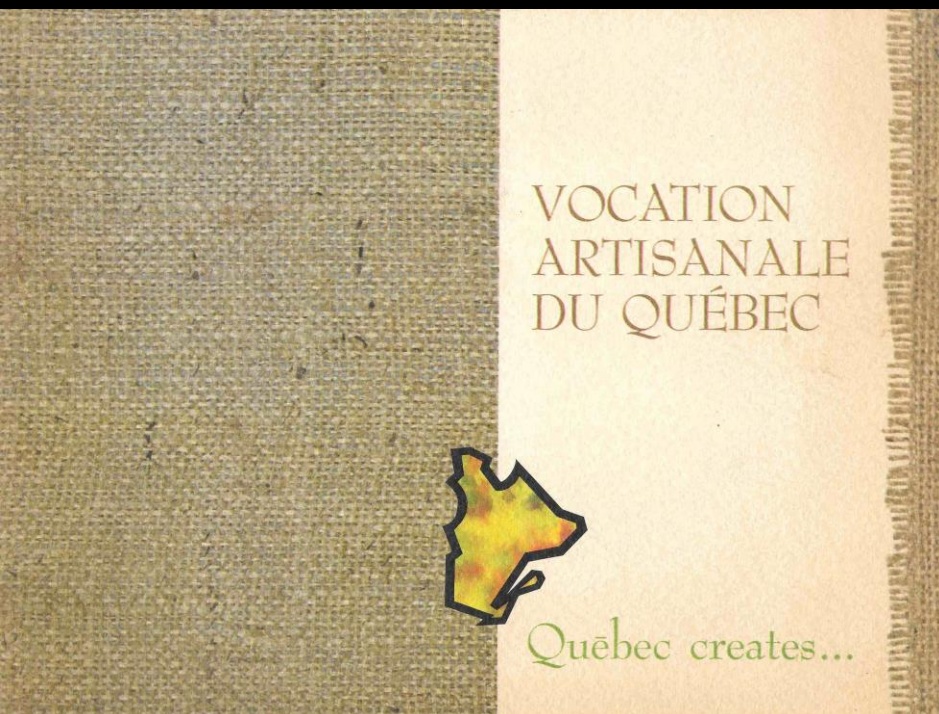
4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *La Centrale d'artisanat*



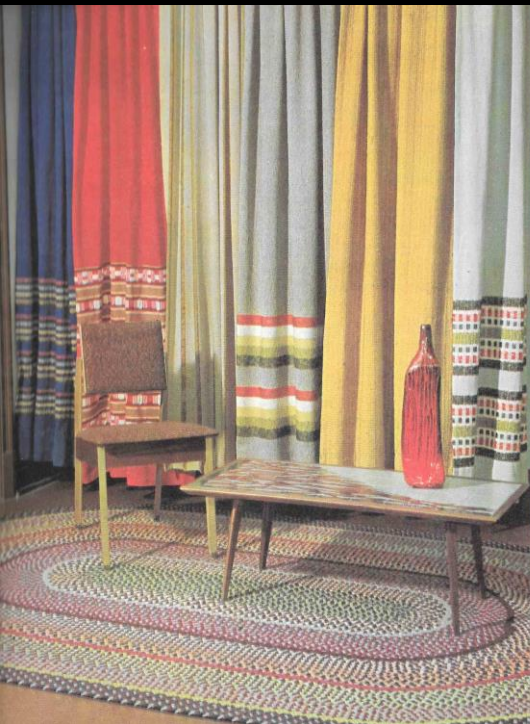
4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *La Centrale d'artisanat*



4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *La Centrale d'artisanat*



SOMMAIRE	PAGES	CONTENTS
LA CÉRAMIQUE.....	16-11-12-13.....	CERAMICS
TEXTILES.....	14-15-16-17-18.....	TEXTILES
BIJOUX DE FANTAISIE.....	19.....	COSTUME JEWELRY
L'ORFÈVRE- JOAILLERIE.....	20-21-22-23.....	GOLDSMITH'S WORK-JEWELRY
L'ÉMAIL.....	24-25-26-27.....	ENAMEL
LE BOIS SCULPTÉ.....	28-29-30.....	WOOD SCULPTURE
LA FERRONNERIE.....	31.....	IRONWORK



4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *La Centrale d'artisanat*



**Un aspect de la Centrale
d'artisanat de Montréal**
1450, rue St-Denis

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Du salon de l'artisanat au Salon des métiers d'art du Québec

« L'artisanat, comme la refrancisation, comme le folklore, est le facteur de renaissance et un acte de foi du peuple canadien-français ».

La Presse, 1961



Salon de l'artisanat

Palais du commerce à Montréal, 1955



4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Du salon de l'artisanat au Salon des métiers d'art du Québec



Salon de l'artisanat

Palais du commerce à Montréal, 1955



4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Du salon de l'artisanat au Salon des métiers d'art du Québec



Salon de l'artisanat

Palais du commerce à Montréal, 1955

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

De l'art religieux à l'art sacré



Vitrail de l'église Saint-Gérard-Majella

Jean-Paul Mousseau, 1962-63

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Les Plasticiens



Jean-Paul Mousseau

Lumière et mouvement dans la couleur, 1961-1962

Hall d'entrée du siège social d'Hydro-Québec, Montréal

4.2

Positionnement et orientation
HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART
De l'art religieux à l'art sacré



Calice

Hans Gehrig et Walter Schluep, 1961

Argent et or

18,1 x 10,4 cm

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

De l'art religieux à l'art sacré



2



3



4



1

Objets liturgiques pour l'église St-Jean de Pointe St-Charles

Charles Daudelin, 1964

Bronze coulé

Source et collection : Musée des maîtres et artisans du Québec.

- 1 **Cuve baptismale**, H 25 cm; L 87 cm; P 60 cm, 7000 livres.
- 2 **Tabernacle et ostensor**, H 22,5 cm; L 32 cm; P 26 cm.
- 3 **Chandelier pascal**, H 50,6 cm; L 19,7cm; P 12,8 cm.
- 4 **Lampe de sanctuaire**, H 52,5 cm; L 42 cm; P 37 cm.

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

De l'art religieux à l'art sacré



Objets liturgiques pour l'église St-Jean de Pointe St-Charles

Charles Daudelin, 1964

Bronze coulé

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

De l'art religieux à l'art sacré



Armand Vaillancourt

4.2

Positionnement et orientation **HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART** *De l'art religieux à l'art sacré*



Armand Vaillancourt

4.2

Positionnement et orientation
HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART
De l'art religieux à l'art sacré



Broche Poisson

Walter Schlupe, 1964-1965

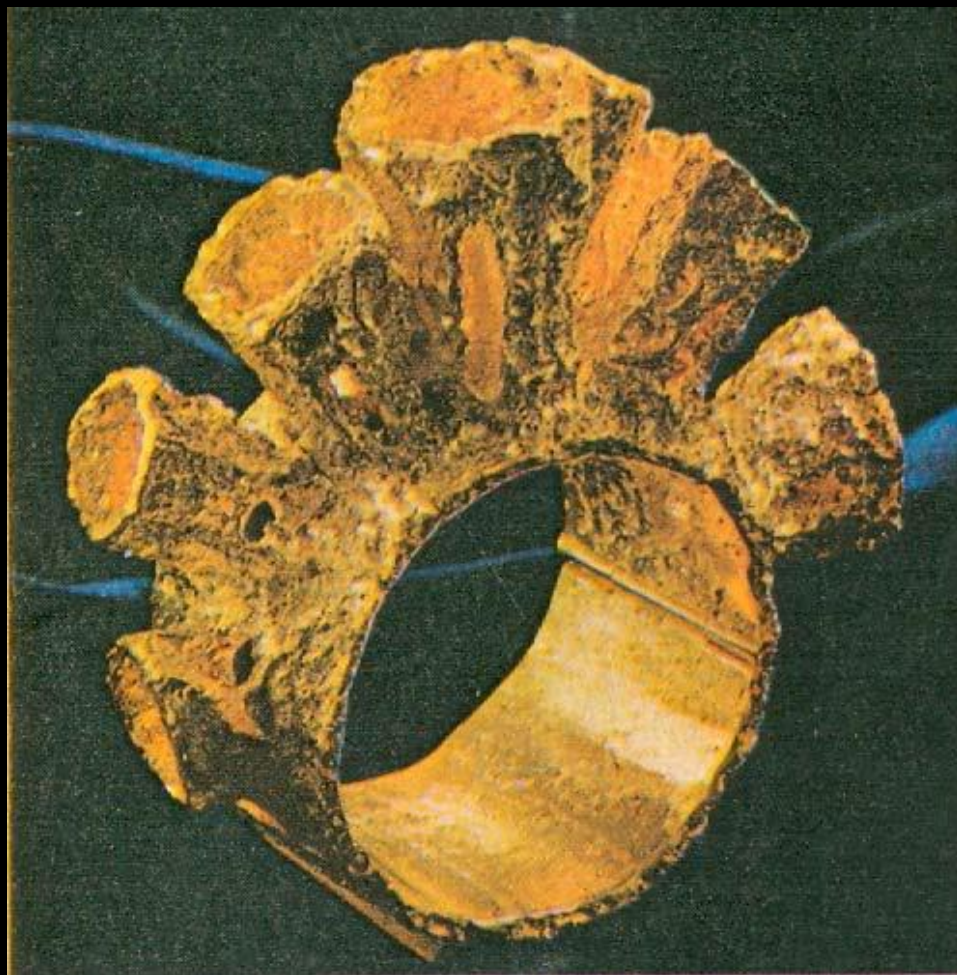
Argent oxydé, or, pierre de lune

4,3 x 5,4 x 1,8 cm

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

De l'art religieux à l'art sacré



Bracelet

Walter Schluep, 1967

Argent doré

7 x 8 cm (approx.)

« The Arts ; All That Glitters »,
TIME Magazine, 29 décembre 1967, p. 9

4.2

Positionnement et orientation **HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART** *De l'église au métro*



4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

De l'église au métro



Maurice Savoie

Metro Mc Gill ,1966

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

De l'église au métro



4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

De l'église au métro



1



2



3

Jacques Garnier 1 2

Vers 1960-1970

Maurice Savoie 3

Vers 1960-1980

4.2

Positionnement et orientation **HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART** *Métro de Montréal*



Jean-Paul Mousseau et Claude Vermette

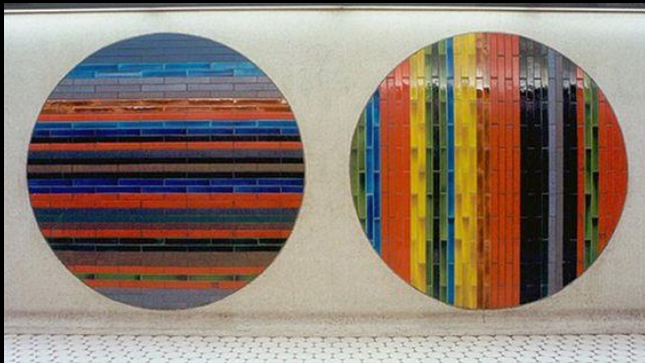
54 cercles, Murale, Station de métro Peel, 1964-1966

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

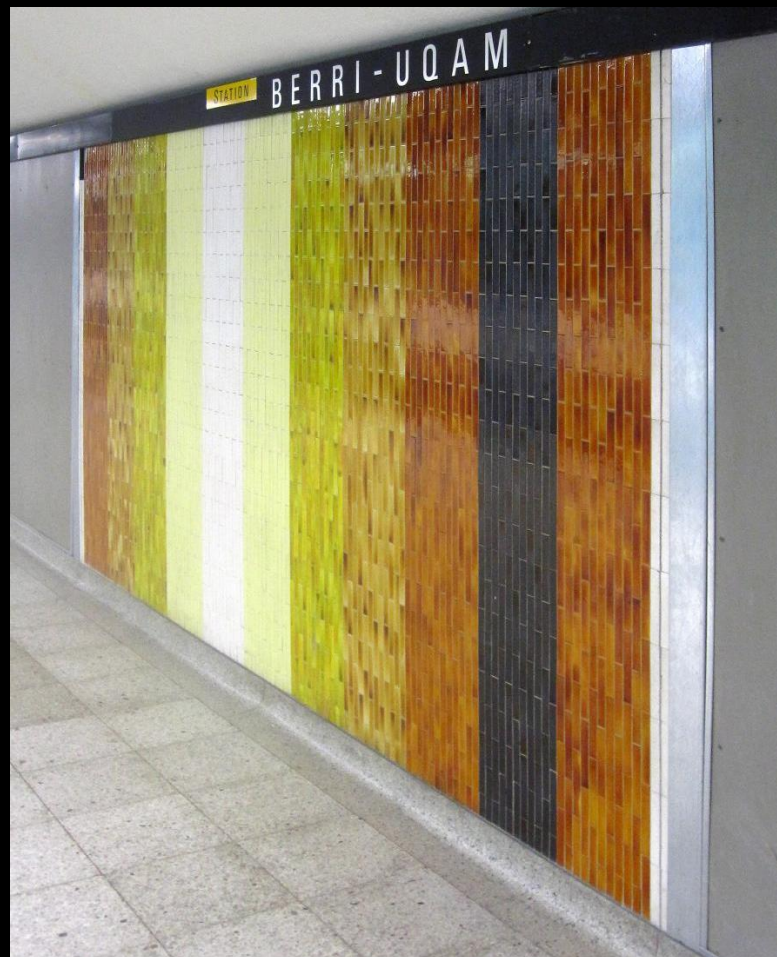
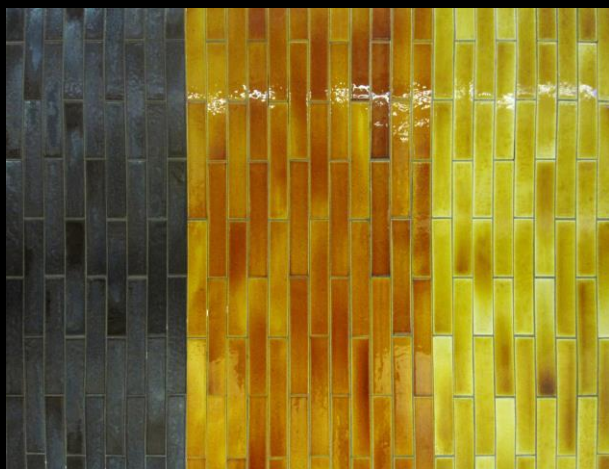
Métro de Montréal



4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Métro de Montréal



Claude Vermette

Murale, Station de métro Berri-UQAM, 1967

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *Métro de Montréal*



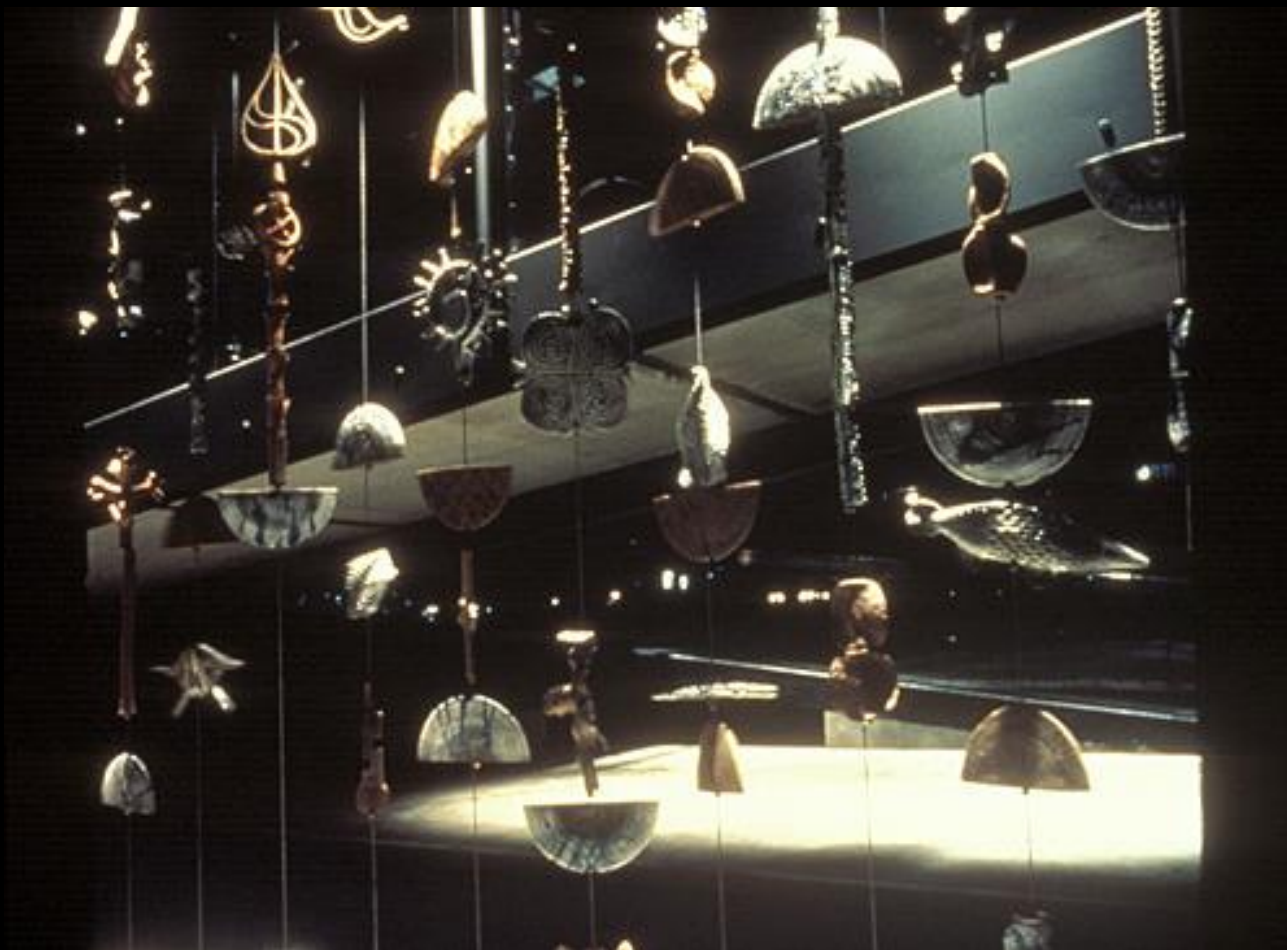
Marcelle Ferron

Vitrail, Station de métro Champs-de-Mars, 1967-68

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Le Pavillon du Québec



Murale de Maurice Savoie

1967

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *Le Pavillon du Québec*



Murale de Maurice Savoie
1967

« L'institut cherche à former des artistes capables de raisonner, d'apprécier une composition, de créer des nouvelles lignes et, à l'occasion, d'être les réalisateurs de leurs propres idées. [...] L'Institut des arts appliqués ouvre une voie nouvelle à ceux de ces jeunes qui, pourvus de goût et d'aptitudes pour les arts, hésitent à se diriger vers l'industrie. [...] Les méthodes préconisées par l'institut des Arts appliqués, puisées aux sources de la saine tradition française, ont été adoptées à nos besoins. [...] L'institut s'efforce, avant tout, de développer les qualités d'esprit et la personnalité; il ne cherche pas à imposer des directives inflexibles, de crainte de froisser le tempérament de ses élèves. Il donne plutôt libre jeu à leur initiative et à tous leurs dons naturels, se contentant de les guider et de créer une atmosphère propice à l'éclosion des idées. [...] Pour atteindre son but, l'institut dispense son enseignement dans les cours réguliers et spéciaux du jour, et dans les cours du soir. »

Jean-Marie Gauvreau, vers 1960

4.2

Positionnement et orientation **HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART** *L'Institut des arts appliqués*



L'Institut des arts appliqués

« L'esthétique industrielle a pour objet la création de formes utiles, la création de l'équipement de l'homme. L'esthétique industrielle est à l'équipement ce que l'architecture est à l'abri. Jadis cet équipement était produit par l'artiste en quantité très limitée et à la main. L'industrie était alors artisanale. La révolution industrielle du siècle dernier amena la production en grande série, la création de marchés massifs, la possibilité pour tous de s'équiper convenablement et à bas prix. Mais cette industrie transformée ne s'est guère préoccupée d'esthétique : la machine reproduisant le plus souvent les formes mêmes du produit artisanal de jadis. Il y avait là un anachronisme qui ne pouvait durer et dont les derniers vestiges disparaissent rapidement.

Une esthétique propre à l'industrie est apparue et l'artiste retrouve son rôle de créateur de formes, il retrouve ce rôle dans une perspective nouvelle et merveilleuse. Il n'est plus l'exécutant de quelques œuvres, mais le créateur de modèles reproduits mille ou dix mille fois et reproduits avec une précision que les artistes les plus habiles n'ont jamais pu atteindre : l'artiste n'est plus limité aux matériaux et techniques traditionnelles, mais il voit constamment apparaître quantité de techniques et matériaux nouveaux grâce précisément à l'activité industrielle. »

Julien Hébert, extrait d'une lettre adressée au directeur de l'École des beaux-arts, vers 1945

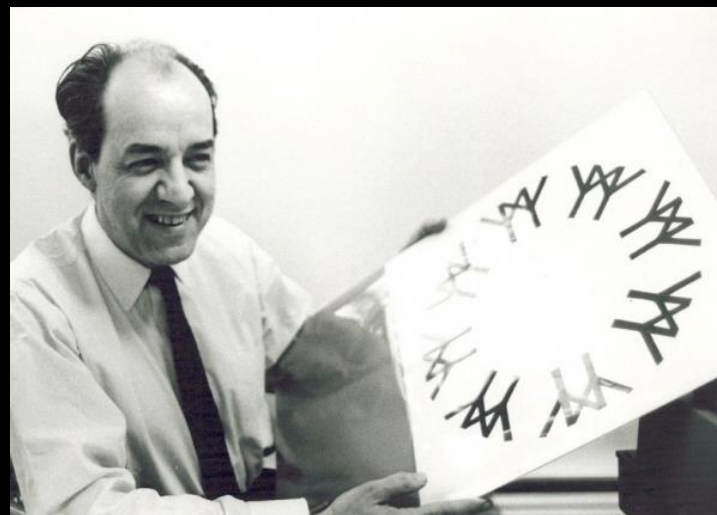
4.2

Positionnement et orientation **HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART** *L'Institut des arts appliqués*

« L'artisanat, au sens où on l'entend au Canada, se situe, d'une façon obstinée, en marge de l'industrie et encourage le «fait main» et le style « grand-mère ». Cette conception vieillotte et sentimentale de l'artisanat a distraité presque tous les artisans de leur mission de créateurs et d'industriels engagés dans la société contemporaine. »

« À cette époque, le mot même de design n'existait pas. Quand on parlait d'esthétique industrielle, on ne savait pas exactement de quoi il s'agissait ».

Julien Hébert, vers 1965



4.2

Positionnement et orientation

EXPO 67 ET LES MÉTIERS D'ART

Artisanat du Québec

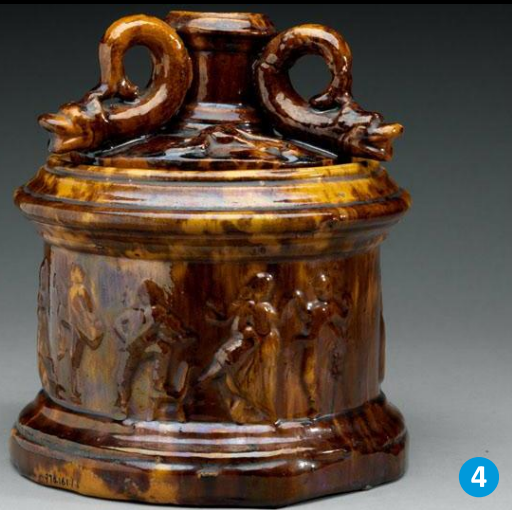


4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Céramique de Beauce (1940)



Service Paysan 1 2 3

Céramique de Beauce, 1949, 1963
Glaçures : Raymond Lewis

Poterie Dion/Dion Pottery 4 5

Vers 1854-1910

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Céramique de Beauce et les arts appliqués



Argile Vivante, Beloeil, 1
Jacques Garnier: Teddy Bear



Design de Jacques Garnier 2
(série Argile Vivante), 1964.

Premier prix du concours organisé en 1965 par le Conseil du Thé du Canada. Céramique de Beauce.

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Céramique de Beauce et les arts appliqués



Design de Jacques Garnier 1
(série Argile Vivante), 1964.



Service à thé de Jacques Garnier #G-100 2
Céramique de Beauce, 1965.

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Céramique de Beauce et les arts appliqués



Jacques Garnier

Céramique de Beauce, 1965

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Céramique de Beauce et les arts appliqués



Jean Cartier

1970

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Céramique de Beauce et les arts appliqués



4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Céramique de Beauce et les arts appliqués



1

Cocotte C-50-A de Jean Cartier 1

Céramique de Beauce, vers 1970



2

Cocotte C-50-F de Jean Cartier 2

Céramique de Beauce, vers 1970

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Céramique de Beauce et les arts appliqués



Doug Funk

Collection Perdrix des neiges, 1972

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Du salon de l'artisanat au Salon des métiers d'art du Québec

« Il existe au Québec, depuis quelques dizaines d'années, un groupe d'artisans professionnels dynamiques, jeunes, adonnées à la recherche la plus sérieuse et dont l'action, si elle était concertée, pourrait aisément placer le Canada français sur la scène internationale au point de vue des métiers d'art. [...] La génération actuelle des artisans québécois est créatrice de tout, même de tradition. [...] De leur côté, les artisans eux-mêmes ont commencé de prendre leurs affaires en main. [...] Ainsi, un institut qui forme des diplômés, une centrale qui agit partiellement comme plaque tournante achat-vente, un groupe d'artisans qui commence à se donner une organisation cohérente, tel est le tableau québécois au moment où la jeune génération va tout remettre en question. Pareilles exigences, alliées à une psychologie dynamique et nouvelle, ne pouvait que manquer de provoquer des remous. Pour la génération de 1960, l'artisanat de type 1935 et les structures qui l'accompagnaient ne suffisent plus. »

Magazine Maclean, « La guerre à la pacotille » (1965)

« La Centrale d'artisanat, vestige des politiques paternalistes des années cinquante, continue à vendre des produits d'artisans sans que ceux-ci ne puissent orienter de quelque façon que ce soit les politiques de l'organisme [...] il est permis de s'interroger sur les raisons qui font que l'on maintienne en activité cette « machine » dépassée. »

Jean Michel. L'Artisanat et quelques autres modes de production, 1975

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Du salon de l'artisanat au Salon des métiers d'art du Québec

« Le premier Salon des métiers d'art se tiendra [...] au Palais du commerce, au 1650 de la rue Berri à Montréal. Cette manifestation, organisée par la Centrale d'artisanat du Québec, promet d'être un événement de classe ».

Premier Salon des métiers d'art », La Presse (1965)

« Prenant la relève de la défailante Centrale artisanale (sic) du Québec, les membres de l'Association professionnelle des Artisans du Québec se sont réjouis à l'idée de l'exposition dont ils ont eu l'initiative et qui vient d'avoir lieu dans les boutiques (encore vides) qu'ils ont louées dans la mezzanine de la station de métro Berri-de-Montigny. [...] une soixante d'artisans ont donc ainsi trouvé le moyen de remplacer l'exposition annuelle des artisans du Québec qui s'est déroulée pour la dernière fois en 1964 au Palais du commerce. »

La Patrie, 15 décembre 1968

« En 1965, la Centrale d'Artisanat organisait son dernier Salon, pour cause de non-rentabilité... La manifestation alors subventionnée n'était pas rentable. Trois ans plus tard, l'APAQ le reprenait à son compte et, en quelques années, l'imposait. À la fois manifestation culturelle populaire et réussite commerciale, le SMAQ est maintenant l'outil essentiel de développement des artisans des « Métiers d'art ».

Jean Michel. L'Artisanat et quelques autres modes de production, 1975

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Du salon de l'artisanat au Salon des métiers d'art du Québec



nouvelle appellation, nouveau symbole

Après plusieurs années d'activités sous une incorporation reflétant ses statuts syndicaux, l'Association professionnelle des Artisans du Québec décidait à sa dernière assemblée générale de changer son appellation et renouveau à son sigle APAQ pour adopter et propager un nouveau symbole.

Souci de faire peau neuve et de rajeunissement bien sûr, mais besoin d'indiquer qu'après 20 ans l'Association fait le point et réoriente son action dans une tentative d'offrir de meilleurs services à ses membres.

Les **Métiers d'Art du Québec, Inc.**, en plus d'être une désignation plus facile à mémoriser que l'ancienne appellation, évite la confusion que créait cette dernière avec la Société des Artisans qui représente un groupe connu sans relation avec les artisans professionnels du Québec.

Un autre avantage du changement, c'est qu'il élimine du nom de l'organisme le mot artisans qui sans qu'on sache trop pourquoi comporte par moment une connotation quelque peu péjorative. Le mot artisanat, quoi qu'on veuille, témoigne du meilleur et du pire et dans l'esprit de certaines gens conserve un relent d'amateurisme dont la profession s'est depuis longtemps et définitivement décarlée.

Les artisans croient que les termes **Métiers d'Art** rendent mieux l'idée de création que leur travail implique et de perfection qu'atteint leur actuelle production.

Comme symbole visuel, destiné à concrétiser l'Association, on a voulu la main qui sublimise l'instrument de l'artisan : tout son travail est fait main, par opposition à la machine qu'utilise l'industrie et la main de l'artisan est associée d'une façon indispensable à son activité artistique.

Encore là, il y avait des écueils à éviter : ce symbole n'a-t-il pas trop été galvaudé par le passé ? Aussi a-t-on fait appel à un concepteur qui, après plusieurs études sur la représentation visuelle de ce "dénominateur commun" à tous les artisans, a choisi de présenter l'empreinte d'une main dans toute sa vérité, tel un sceau de qualité que l'artisan appliquerait sur chacune des pièces de sa production. Voilà donc pourquoi, dorénavant, nous verrons associée aux Métiers d'Art du Québec et aux produits de ses membres sélectionnés cette main attestant leur appartenance au groupe des artisans professionnels du Québec et témoignant de la qualité de l'objet sur lequel on la trouvera apposée.

ASSOCIATION PROFESSIONNELLE DES ARTISANS DU QUÉBEC

Métiers d'art informe, vol 1, no 1

1970

«Après plusieurs années d'activités sous une incorporation reflétant ses statuts syndicaux, l'Association professionnelle des Artisans du Québec décidait à sa dernière assemblée générale de changer son appellation. Les Métiers d'Art du Québec Inc, en plus d'être une désignation plus facile à mémoriser que l'ancienne appellation, évite la confusion que créait cette dernière avec la Société des artisans qui représente un groupe connu sans relation avec les artisans professionnels du Québec. Un autre avantage du changement, c'est qu'il élimine du nom de l'organisme le mot artisans qui sans qu'on sache trop pourquoi comporte par moment une connotation quelque peu péjorative. Le mot artisanat, quoiqu'on veuille, témoigne du meilleur et du pire et dans l'esprit de certains gens conserve un relent d'amateurisme dont la profession s'est depuis longtemps et définitivement écartée. [...]

Métiers d'art informel, vol 1, no 1

1970

[...] Les artisans croient que les termes Métiers d'art rendent mieux l'idée de création que leur travail implique et de perfection qu'atteint leur actuelle production. À première vue, le nouveau nom semble refléter adéquatement et d'une façon heureuse la préoccupation première de l'Association. Le vocable convient sans faveur ni préjudice, à toutes les disciplines de l'artisanat qu'il veut coiffer. Il semble donc bien choisi pour remplir sa fonction première qui est d'englober sous un même chef tous ces métiers aussi diversifiés que le tissage, la ferronnerie d'art, l'utilisation des silicates, etc. Quant à sa deuxième fonction, celle de communiquer au public une image exacte de la réalité du groupe, elle ne saurait être mieux reflétée par la nouvelle désignation. »

Métiers d'art du Québec. « Nouvelle appellation, nouveau symbole »,

Métiers d'art du Québec, vol. 1, no 1 (décembre 1970)

« On confond trop souvent artisanat et folklore. Artisanat, le mot était noble. Galvaudé, confus, équivoque, il renferme des nuances péjoratives qui le dévaluent. On y déverse tout, le meilleur et le pire et, plus souvent, le pire : la production manuelle en vrac, des balbutiements de la dame patronnesse aux innovations les plus belles. L'expression « métiers d'art » rend mieux la notion de création qui fait la richesse de l'artisanat « authentique ». Aussi l'APAQ a-t-elle décidé de s'appeler désormais « les Métiers d'Art du Québec »

Métiers d'art du Québec, vol. 1, no 1 (décembre 1970)

«Le changement de nom vise à établir une nette démarcation entre l'art et l'artisanat».

La Presse (1969)

« Nous dirons donc Métiers d'art, puisqu'en effet le terme artisanat est un peu déconsidéré dans l'esprit ordinaire. »

Le Devoir (décembre 1970)

« L'artisan folklorique et peu consciencieux a cédé place à une classe d'artisans désireux de redéfinir leur rôle social, économique et culturel ».

« La version 1971 du Salon des métiers d'art du Québec. Un instrument qui donne le ton à la production artisanale ».

Le Devoir, 1971

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Du salon de l'artisanat au Salon des métiers d'art du Québec



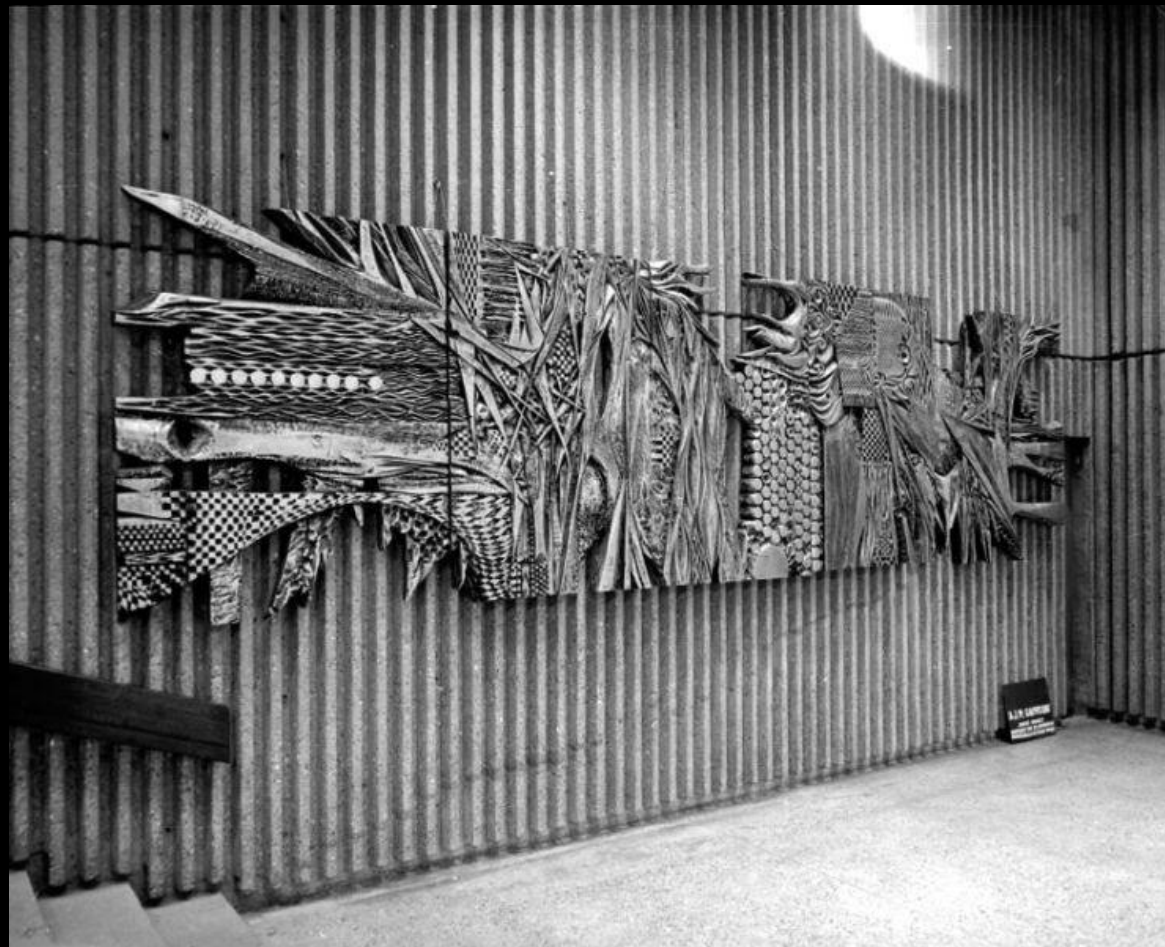
Salon des métiers d'art du Québec

1970

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Du salon de l'artisanat au Salon des métiers d'art du Québec



Salon des métiers d'art du Québec

1970

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Du salon de l'artisanat au Salon des métiers d'art du Québec



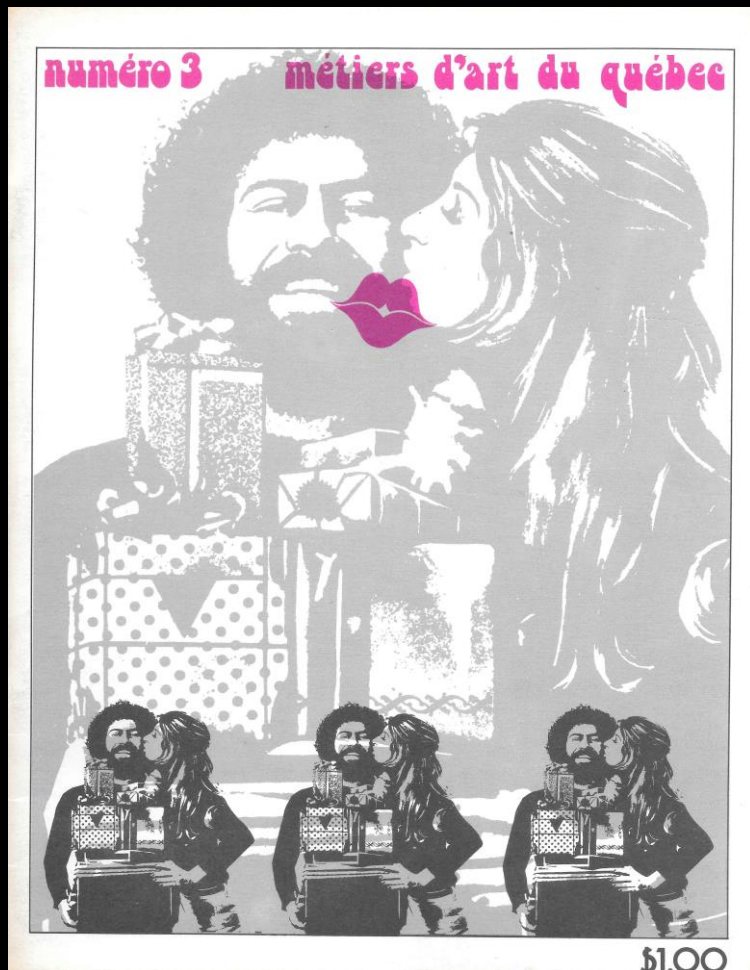
Salon des métiers d'art du Québec

1970

4.2

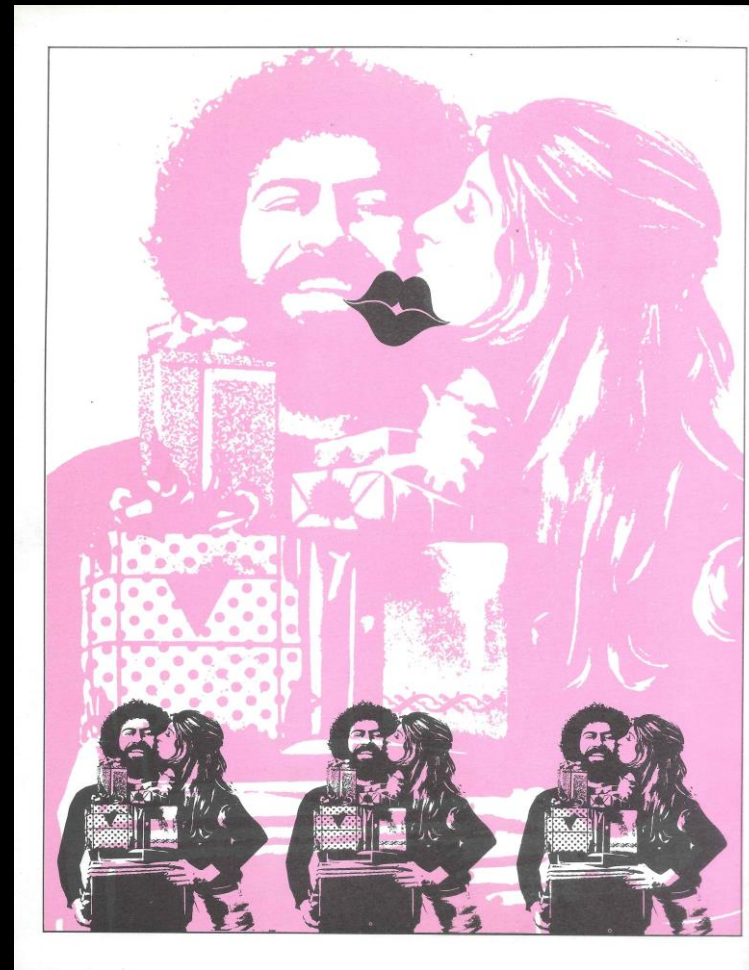
Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Du salon de l'artisanat au Salon des métiers d'art du Québec



Métiers d'art informe, no 3

1972



4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *L'Industrie des métiers d'art*



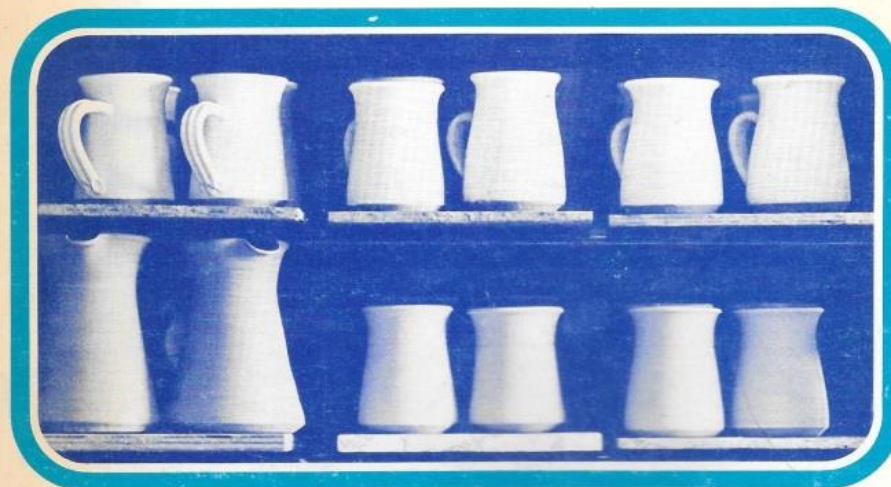
Salon des métiers d'art du Québec

1973

4.2

Positionnement et orientation
HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART
L'Industrie des métiers d'art

L'industrie des métiers d'art au Québec



Yvon Leclerc / Michel Nadeau

« La Superfête de l'artisanat québécois s'en vient. »

« Place Bonaventure Montréal. »

La Superfête de l'artisanat québécois s'en vient », Signe, (novembre 1975)

« Voir... et se faire voir au SMAQ. [...] On y va pour acheter, pour regarder, et aussi pour dire "qu'on y est allé" [...] ».

(I.N.R.S Urbanisation). L'avenir des métiers d'art au Québec (1975)

« À la fois manifestation culturelle populaire et réussite commerciale, le Salon est maintenant l'outil essentiel du développement des artisans des « Métiers d'art ». Bien ancré dans les habitudes montréalaises [...] trois cent milles personnes le visitent et y achètent pour un montant de deux millions de dollars, alors que le coût de réalisation n'atteint pas 180000 \$. Il est difficile de nier l'efficacité de la formule. »

Jean Michel, 1975

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART DU QUÉBEC



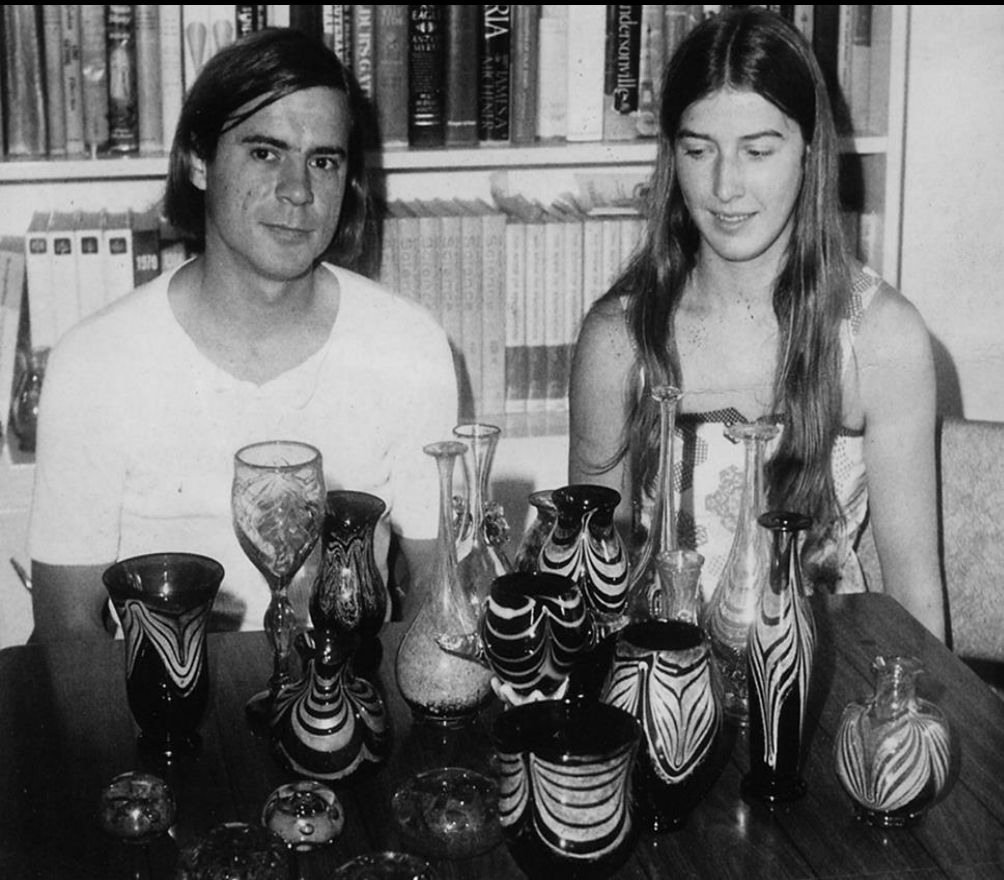
Salon des métiers d'art du Québec

1977

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Métiers d'art et contre-culture: La verrerie artisanale



Ronald Lukian et Gail Hall

4.2

Positionnement et orientation Positionnement et orientation



4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Métiers d'art et contre-culture: La verrerie artisanale



Ronald Lukian et Gail Hall

« Suite à Expo 67 [...] au Salon des métiers d'art, les anglophones, ils étaient minoritaires, largement minoritaires. Et puis leur préoccupation était différente, leur formation était différente. C'était un peu bizarre comme démarche. [...] Y avait quelque chose qui embêtait les artisans qui se voulaient purs et durs [...] Non, ça avait l'air d'un truc plutôt de vie, d'autogestion, de gars qui veut vivre avec ça, en dehors du monde, un truc particulier. [...] ça rejoignait un mouvement qui était plus connu aux États-Unis qu'ici, de gens qui veulent faire des trucs tout seuls, évoluer, apprendre seuls. Très austère, très démarche solitaire là. Ils venaient à ça. Alors que la plupart des artisans québécois avaient comme modèles des gens qui avaient déjà une réputation et qui avaient l'air de gagner de l'argent. »

Jean Michel (Bruno Andrus, entrevue, 2010)

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Métiers d'art et contre-culture: La verrerie artisanale

« Il y a peu d'artisan verrier comme tel qui produise de façon artisanale. [...] Morin a son atelier chez lui, travaille seul et requiert quand c'est indispensable l'aide de l'un des siens pour le façonnage de certaines pièces. Morin n'a pas l'intention de s'industrialiser, il compte perpétuer ce genre de production artisanale. Chaque pièce a sa propre authenticité. Deux pièces qui semblent en apparence identique, n'en demeurent pas moins distinctes. Elles ont été façonnées toutes les deux, une à une et l'artisan répète pour chaque pièce les différentes étapes de fabrication. »

Métiers d'art informe, 1975



**Claude Morin au Salon des
métiers d'art,
1974**

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Métiers d'art et contre-culture: La verrerie artisanale



Expositions :
Genève, Paris, Lyon, Hambourg,
Montréal, Copenhague, Frauenau,
Frankfort, Helsinki, Osaka...



verre

stage de soufflage du verre 1976

par Claude Morin, verrier

Gilles Désaulniers,
resp. à l'UQTR

nature
Séjour pratique dans un atelier bien équipé pour apprendre les gestes de base et la séquence de ces gestes en vue de souffler le verre convenablement.
Aperçu sommaire sur l'installation d'un atelier: équipement, outils, local, sécurité...
Aperçu sommaire sur la technologie verrière.

lieu
Pavillon Boulet de l'Université du Québec à Trois-Rivières
(tél: 1-(819) 376-5330)

date
Du 26 janvier au 20 février 1976

frais
Cent (\$100.00) dollars par semaine, soit un total de quatre cents (\$400.00) dollars.
Note: Ces frais ne couvrent ni le logement, ni les déplacements, ni les repas, mais incluent tout l'outillage et tout le verre. Toute pièce fabriquée est propriété de son auteur sans frais additionnel. Joindre un chèque visé (ou mandat-poste) de \$200.00 qui sera retourné entièrement si la candidature n'est pas retenue. Chèque à l'ordre: STAGE DE SOUFFLAGE DU VERRE, Pavillon Boulet, UQTR, C.P. 500, Trois-Rivières.

nombre
L'espace des ateliers oblige les organisateurs à n'accepter que dix (10) stagiaires.
Ces stagiaires seront retenus selon l'ordre chronologique d'inscription et selon leur expérience dans le domaine des arts. Cependant, dépendant du nombre d'inscriptions reçues, d'autres stages pourront être organisés plus tard.

procédé
Retourner avant le 10 janvier 1976 le formulaire d'inscription,
à STAGE DE SOUFFLAGE DU VERRE
Pavillon Boulet,
C.P. 500,
Université du Québec à Trois-Rivières,
Trois-Rivières, Qué.
y joindre un chèque visé (ou mandat-poste) de deux cents (\$200.00) dollars à l'ordre de STAGE DE SOUFFLAGE DU VERRE UQTR.
*Note: 1. On peut se procurer ces formulaires d'inscription au Secrétariat des MÉTIERS D'ARTS DU QUÉBEC ou à l'adresse indiquée ci-haut.
2. L'argent envoyé sera retourné si la candidature n'est pas retenue.*
* Une attestation sera remise à chaque participant.

VERRE / STAGE DE SOUFFLAGE DU VERRE (formule d'inscription)

1. nom _____ 2. prénom _____
3. adresse _____
4. téléphone: domicile: () _____ bureau: () _____
5. expériences pertinentes aux arts
année _____ lieu _____ sujet _____

6. a) membre des Métiers d'Arts du Québec oui non
b) membre d'une association professionnelle _____

7. signature _____

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Métiers d'art et contre-culture: La verrerie artisanale



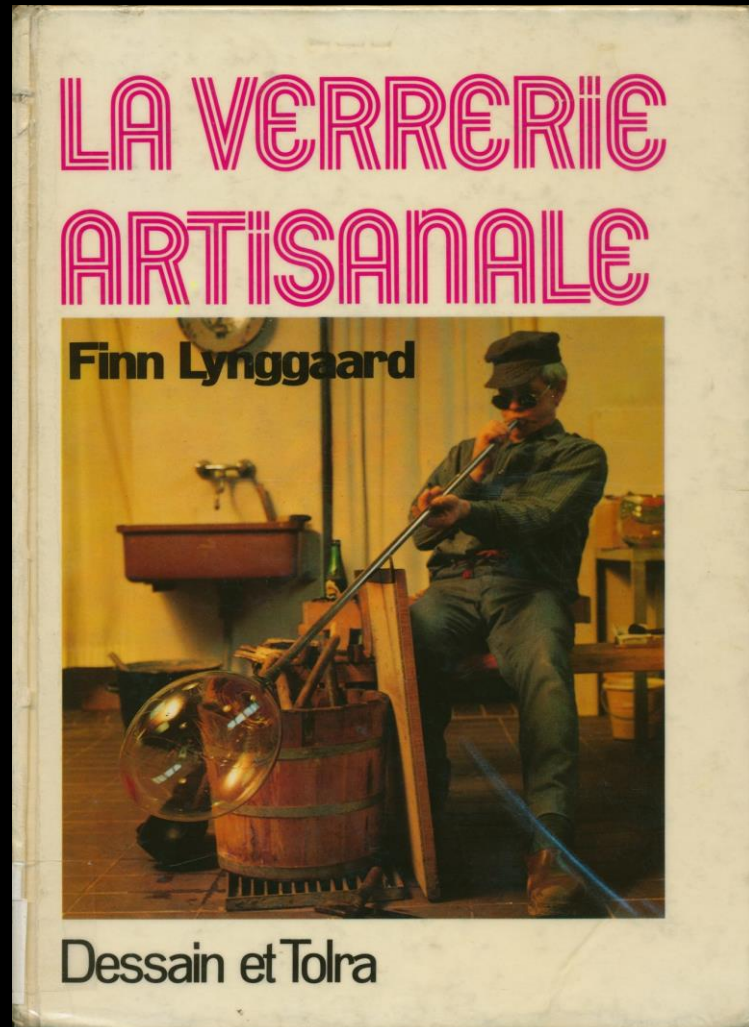
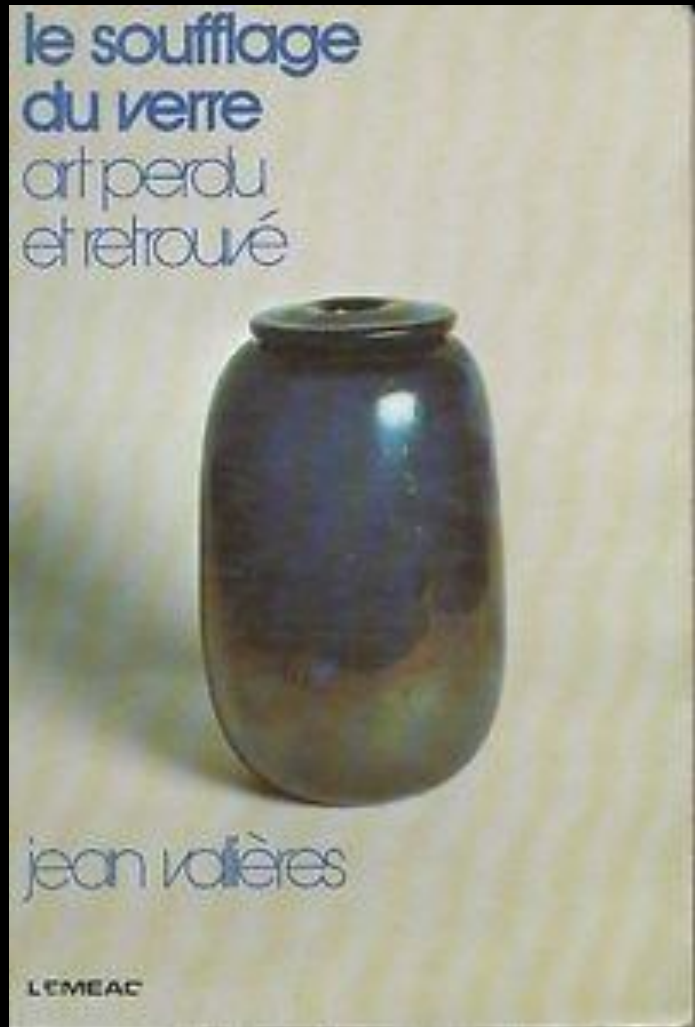
« [...] il est à espérer que ce livre saura renseigner le public sur l'énorme différence qui existe entre l'industrie, qui fabrique un verre parfait mais sans âme, et l'atelier artisanal, qui produit un verre soufflé imprégné de la personnalité de l'artisan qui le fabrique. »

Jean Vallières, 1979

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Métiers d'art et contre-culture: La verrerie artisanale



4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Métiers d'art et contre-culture: La verrerie artisanale



Ronald Labelle / Les Ateliers du Manoir

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *Formalisme*



Dirk Silema, Fritz Dreichbach, Harvey K. Littleton,
Claude Morin, Erwin Eisch.

« Ils soufflent des pièces bizarres, qui ne servent à rien mais qui expriment des idées, c'est pour nous un nouveau langage [...] . »

Claude Morin, 1979

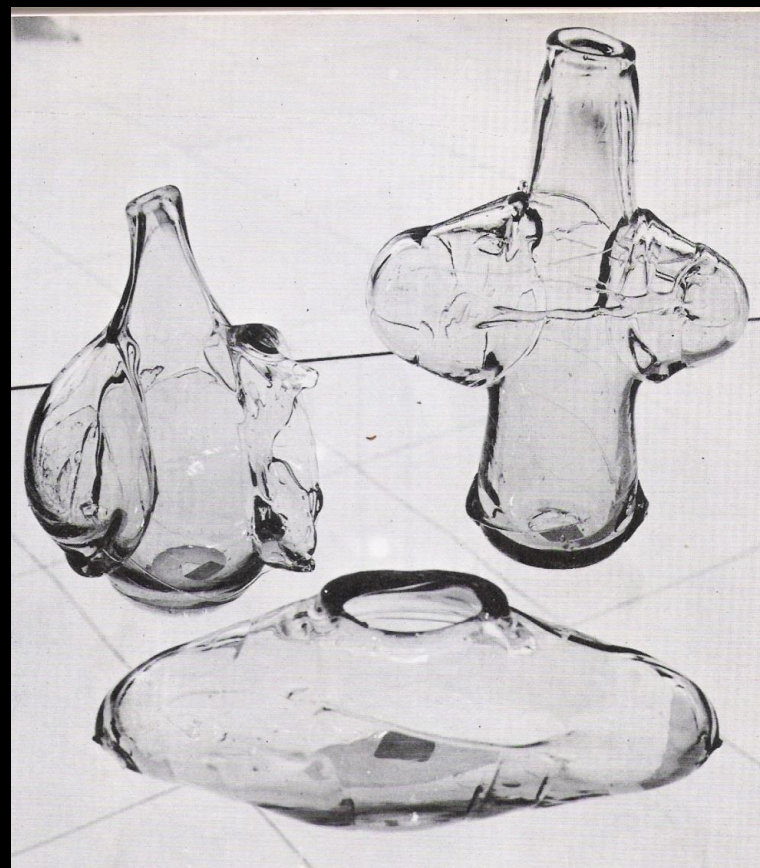
4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *Formalisme*



4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *Formalisme*



Glass forms

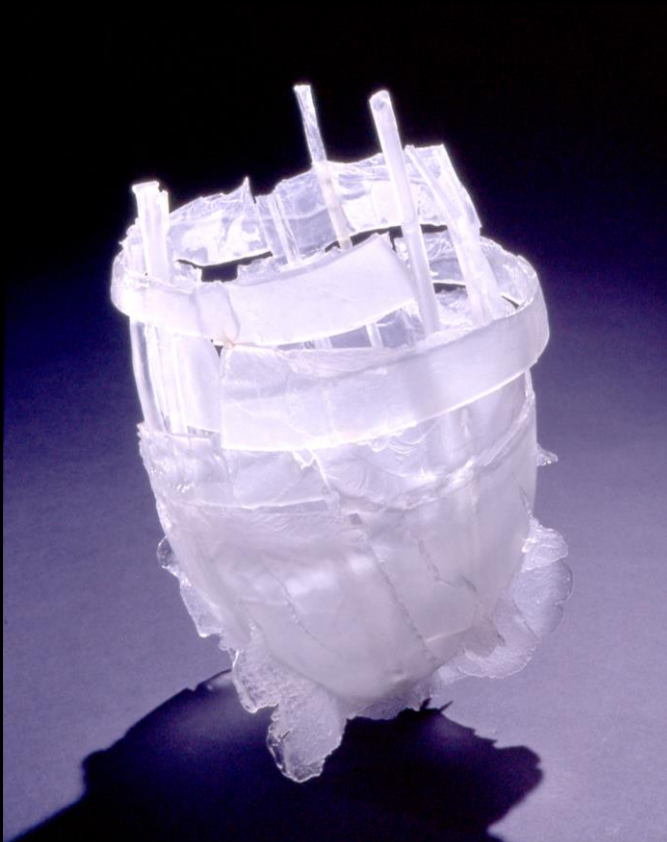
Harvey Littleton, 1964

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

Formalisme



François Houdé

HOUDÉ IN FUSION MAGAZINE :

« You can't create art with craft, craft in this sense referring to the making of the work, while the art has more to do with a certain level of consciousness, of scope, intentions and achievement.[...] Part of the prejudice is because of the beauty of the medium.[...] The tradition of the beautiful object is always in the way. »

François Houdé, cité dans Charrette. « Mémoire vive ».

4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART *Postmodernité*

AVANT-GARDE AND KITSCH (1939)

“Craft is not art.”

Clement Greenberg

**KITSCH IS MECHANICAL AND OPERATES BY
FORMULAS. KITSCH IS VICARIOUS
EXPERIENCE AND FAKED SENSATIONS....
KITSCH IS THE EPITOME OF ALL THAT IS
SPURIOUS IN THE LIFE OF OUR TIMES.**

- CLEMENT GREENBERG -

LIBQUOTES.COM



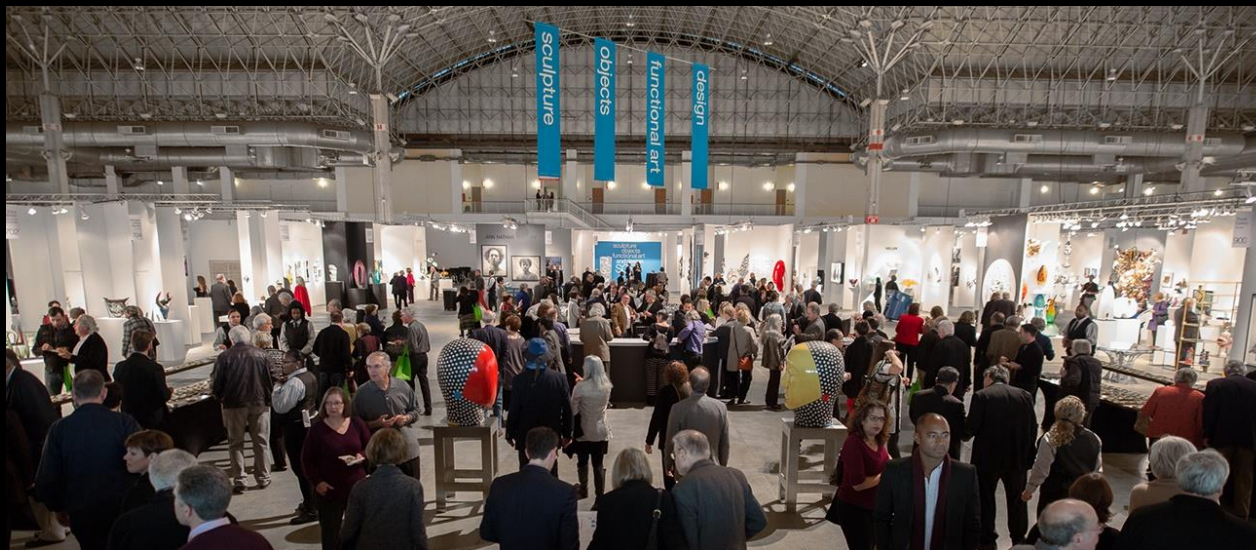
4.2

Positionnement et orientation HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

SOFA Sculpture, Objects , Functional Art and Design

SOFA sculpture objects
functional art and design

S O F A
ART & DESIGN
CHICAGO



4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

SOFA Sculpture, Objects , Functional Art and Design



Ronald Labelle / Les Ateliers du Manoir 1

Vers 1980



Ronald Labelle, Table-sculpture 2

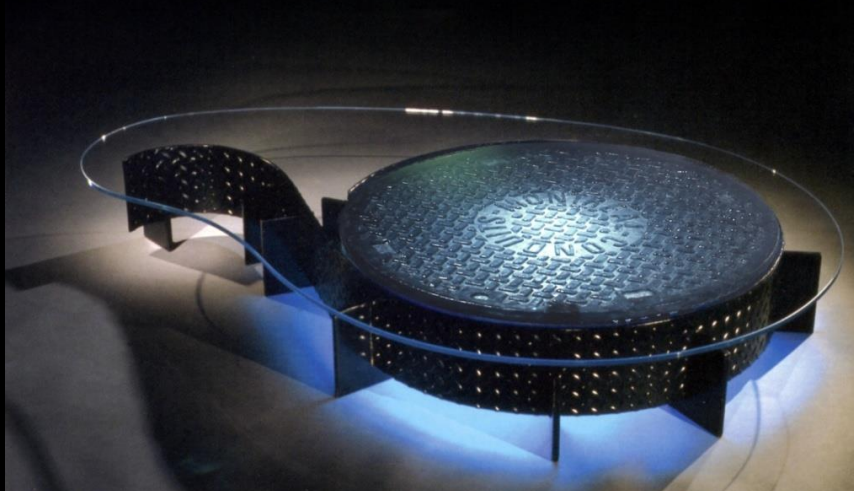
1995

4.2

Positionnement et orientation

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART

SOFA Sculpture, Objects , Functional Art and Design



« À travers le thème des « meuble-sculptures », dans cette perspective de dualité et de confrontation, la sculpture et le meuble s'intègrent l'un dans l'autre dans une tentative d'élucidation du fonctionnel et de l'émotionnel. Le défi consiste à donner de l'usage à l'objet d'art, à développer un point de rencontre - ou de convergence - entre la vie quotidienne pratique et son environnement esthétique. »

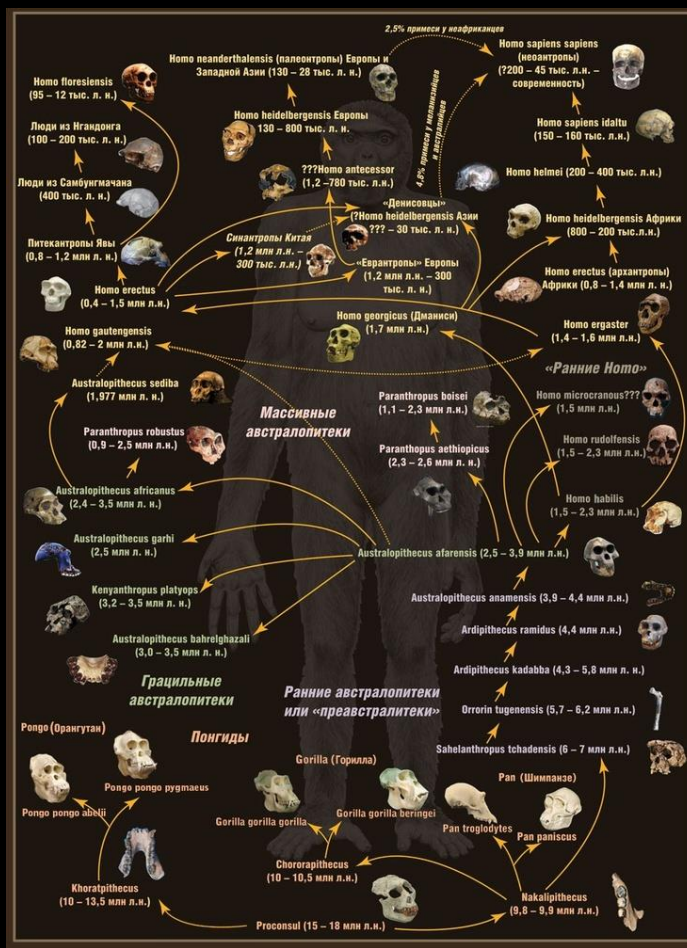
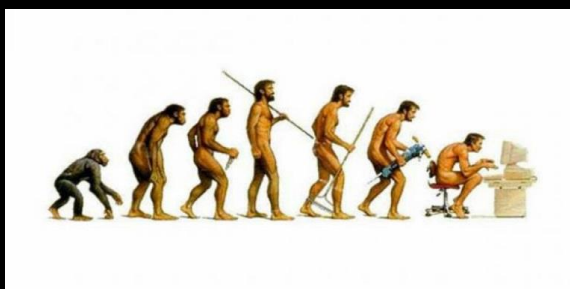
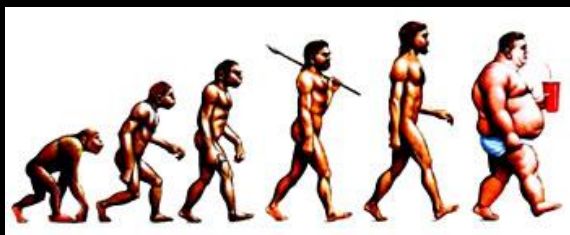
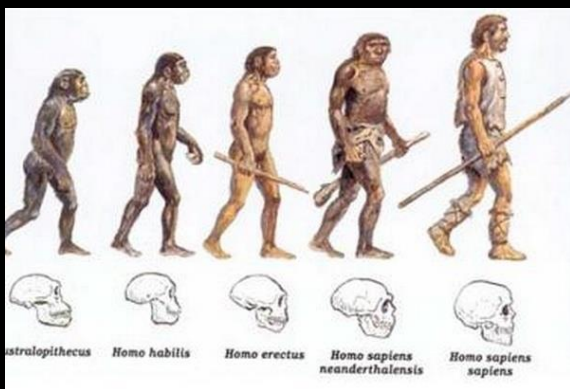
Ronald Labelle, 1990

POSTMODERNITÉ

4.3

4.3

Positionnement et orientation POSTMODERNITÉ Illustration de changement de paradigme



POSTMODERNITÉ ARTISTIQUE

Rejet de la notion de chef d'œuvre, du génie artistique et de l'artiste comme héros culturels.

Rejet du pouvoir révolutionnaire de l'art.

L'artiste post-moderne est un manipulateur de signes culturels.

Rejet de l'autonomie de l'objet d'art : tout art est relié à un contexte.

Démarche : appropriation, contextualisation, remise en question.

4.3

Positionnement et orientation POSTMODERNITÉ



Marcel Duchamp

Interview

<https://www.youtube.com/watch?v=kto-dbcgbQ>

4.3

Positionnement et orientation **POSTMODERNITÉ** *Postmodernité*

AVANT-GARDE AND KITSCH (1939)

“Craft is not art.”

Clement Greenberg

**KITSCH IS MECHANICAL AND OPERATES BY
FORMULAS. KITSCH IS VICARIOUS
EXPERIENCE AND FAKED SENSATIONS....
KITSCH IS THE EPITOME OF ALL THAT IS
SPURIOUS IN THE LIFE OF OUR TIMES.**

- CLEMENT GREENBERG -

LIBQUOTES.COM



KITSCH

D'après l'encyclopédie Larousse : « [kitsch] se dit d'un objet, d'un décor, d'une œuvre d'art dont le mauvais goût, voire la franche vulgarité, voulus ou non, réjouissent les uns, dégoûtent les autres. »

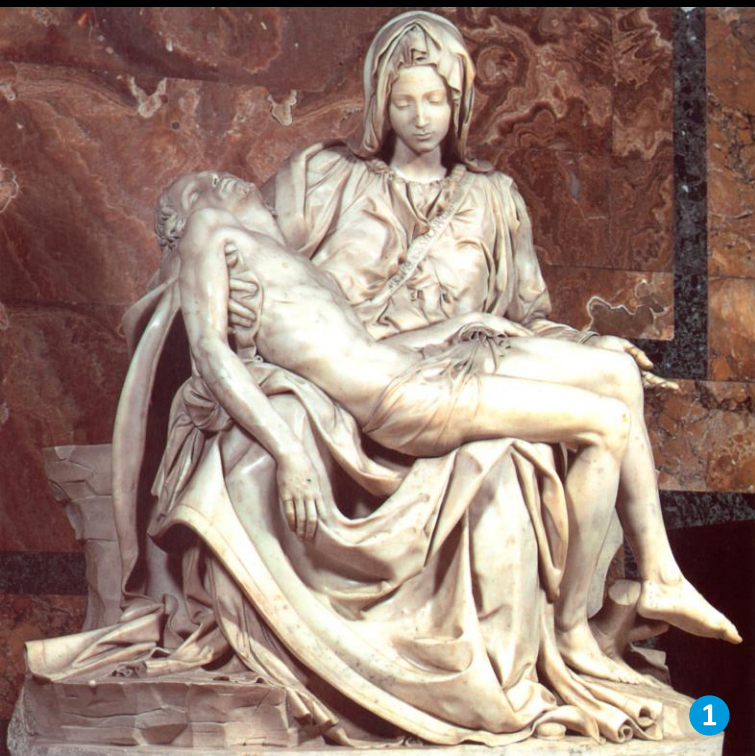
Le kitsch est issu de l'industrialisation et de l'urbanisation. En Europe et en Amérique du Nord, ceux qui profitent des positions offertes par l'industrie forment une nouvelle classe moyenne. Ces travailleurs, satisfaits autrefois par l'art rural et traditionnel, ont maintenant accès à de nouveaux produits culturels. Les nouvelles classes moyennes cherchent à se divertir avec des moyens adaptés à elles. Ces dernières se contentent donc de ce que, dans *Avant-garde et Kitsch*, Clement Greenberg appelle un :

« Succédané de culture [...] destiné à une population insensible aux valeurs culturelles authentiques, mais néanmoins avide de ce divertissement que seule la culture, sous une forme ou une autre, peut offrir. »

4.3

Positionnement et orientation POSTMODERNITÉ

Postmodernité artistique



(17-12) Pietà 1

Michelangelo Buonarroti, 1497



Jeff Koons 2

Michael Jackson and Bubbles, 1988

4.3

Positionnement et orientation
POSTMODERNITÉ

“ Self-expression is not a major formal
preoccupation characterizing my artistic output.”

Léopold Foulem

2019

4.3

Positionnement et orientation POSTMODERNITÉ

Postmodernité artistique



Leopold Foulem



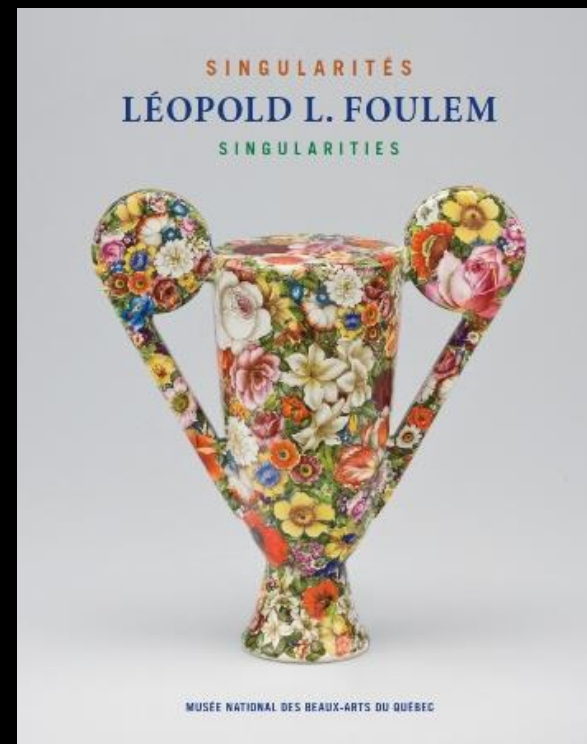
4.3

Positionnement et orientation POSTMODERNITÉ

LEOPOLD FOULEM

« Je crois que l'art authentique est question de concepts, certainement pas de moyen d'expression ou de style, ni même d'exécution. Mes œuvres en céramique expriment des idées. Ma production artistique n'a rien à voir avec une expression individuelle ou une recherche de beauté. Je me vois comme un compositeur et un théoricien, pas comme un virtuose. »

Léopold L. Foulem



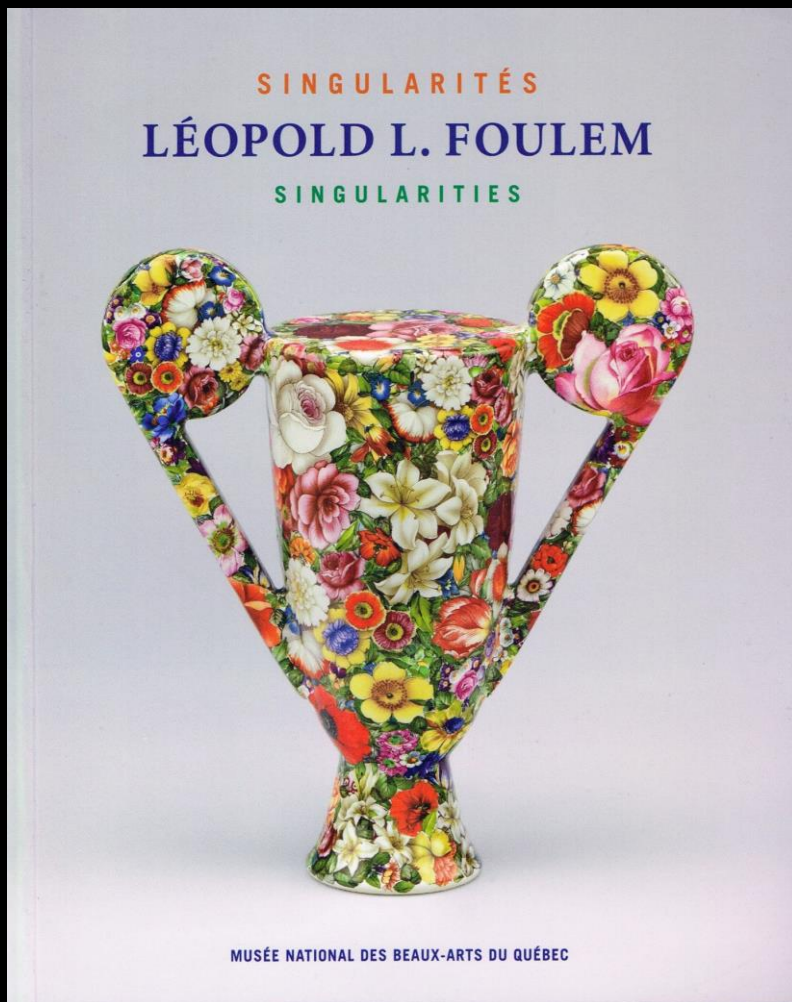
MNBAQ <https://www.mnbaq.org/exposition/leopold-l-foulem-2>

Le Soleil <https://www.lesoleil.com/archives/leopold-l-foulem-singularites-cest-nest-pas-de-lart-decoratif-35b5fb6eef5463ae734907f0f9430832>

Catalogue MNBAQ <https://www.mnbaq.org/en/shop/products/leopold-foulem-singularities>

4.3

Positionnement et orientation
POSTMODERNITÉ
Postmodernité artistique



4.3

Positionnement et orientation
POSTMODERNITÉ



Leopold Foulem



Une question d'approches
Une formation exceptionnelle du CMAQ

Pause



DISCOURS

4.4

UN DISCOURS EST UN ACTE DE COMMUNICATION

Dans le domaine des arts c'est un acte de communication à travers lequel on construit le sens d'une œuvre, une perspective à travers laquelle sa valeur est évaluée.

Développer un discours: entrer en dialogue avec un réseau d'acteurs sociaux partageant des activités et préoccupations similaires.

Ces acteurs peuvent être à la fois des personnes, des choses, des institutions, des idées et des discours, etc. : le sens d'une œuvre ne se construit jamais seul.

Différents milieux -et sous-milieux-peuvent entretenir différents discours et perspectives sur les mêmes objets, les mêmes événements et le mêmes personnes. Il y a une pluralité de perspectives et de discours sur l'art qui ont des rapports qui les transforment constamment.

Il faut d'abord connaître les milieux dans lequel on veut s'intégrer, ses différentes tendances, ainsi que le discours qui les alimentent et soutiennent.

Bref, développer un discours c'est entretenir un acte de communication avec des acteurs qui partageant des activités, intérêts et préoccupations semblables.

Le choix du vocabulaire est très important, les mots créent du sens.

Il ne s'agit pas tant de développer un argumentaire, les discours ont des mots et des concepts clés, il faut les connaître.

Il ne s'agit pas non plus d'utiliser le plus de mots possible, mais d'appuyer sur les idées importantes et surtout, signifiantes.

La notion de recherche est fondamentale dans la constitution d'un discours (et dans les arts actuels d'ailleurs, plus que celle de l'expression): il faut s'informer, lire, consulter, visiter des expositions, prendre des cours, suivre des conférences, etc.

L'artiste en métiers d'art est le premier à donner sens à son œuvre.

L'artiste en métiers d'art n'est pas le public de son travail: L'objet produit sera exposé, photographié, vendu, donné, échangé et, dès ce moment, il échappe à la seule sphère intime du producteur: il est appelé à circuler dans l'espace social en dehors de son contexte d'origine.

En circulant dans l'espace social, le sens de cet objet va changer, en fonction des contextes dans lesquels il va circuler. Ces contextes seront la source de nouvelles perspectives à partir desquelles l'objet sera perçu et réévalué.

Si le producteur veut donner un sens à son œuvre allant vers le permanent, contrôler le message si on peut dire, il doit l'orienter dans certaines trajectoires qui contribueront à renforcer le sens original.

Différents milieux -et sous-milieux-peuvent entretenir différents discours et perspectives sur les mêmes objets, les mêmes événements et les mêmes personnes. Il y a une pluralité de perspectives et de discours sur l'art qui ont des rapports qui les transforment constamment.

Il faut d'abord connaître les milieux dans lequel on veut s'intégrer, ses différentes tendances, ainsi que le discours qui les alimentent et soutiennent.

Bref, développer un discours c'est entretenir un acte de communication avec des acteurs qui partagent des activités, intérêts et préoccupations semblables.

4.4

Positionnement et orientation **DISCOURS**



Le discours de l'armoire

https://www.onf.ca/film/discours_de_larmoire/



Une question d'approches
Une formation exceptionnelle du CMAQ

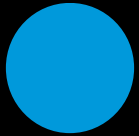
Exercice



THÉORIE DE L'ACTEUR-RÉSEAU

ACTOR-NETWORK THEORY

Latour avance que, bien que comportant le terme « theory » dans son appellation, l'Actor-Network Theory n'est pas à proprement parler une théorie mais davantage une méthode –un outil- dans la mesure où il s'agit de décrire le rôle (les interrelations) des acteurs dans la formation et le déploiement de réseaux, et non pas d'expliquer pourquoi ou comment les réseaux se forment.



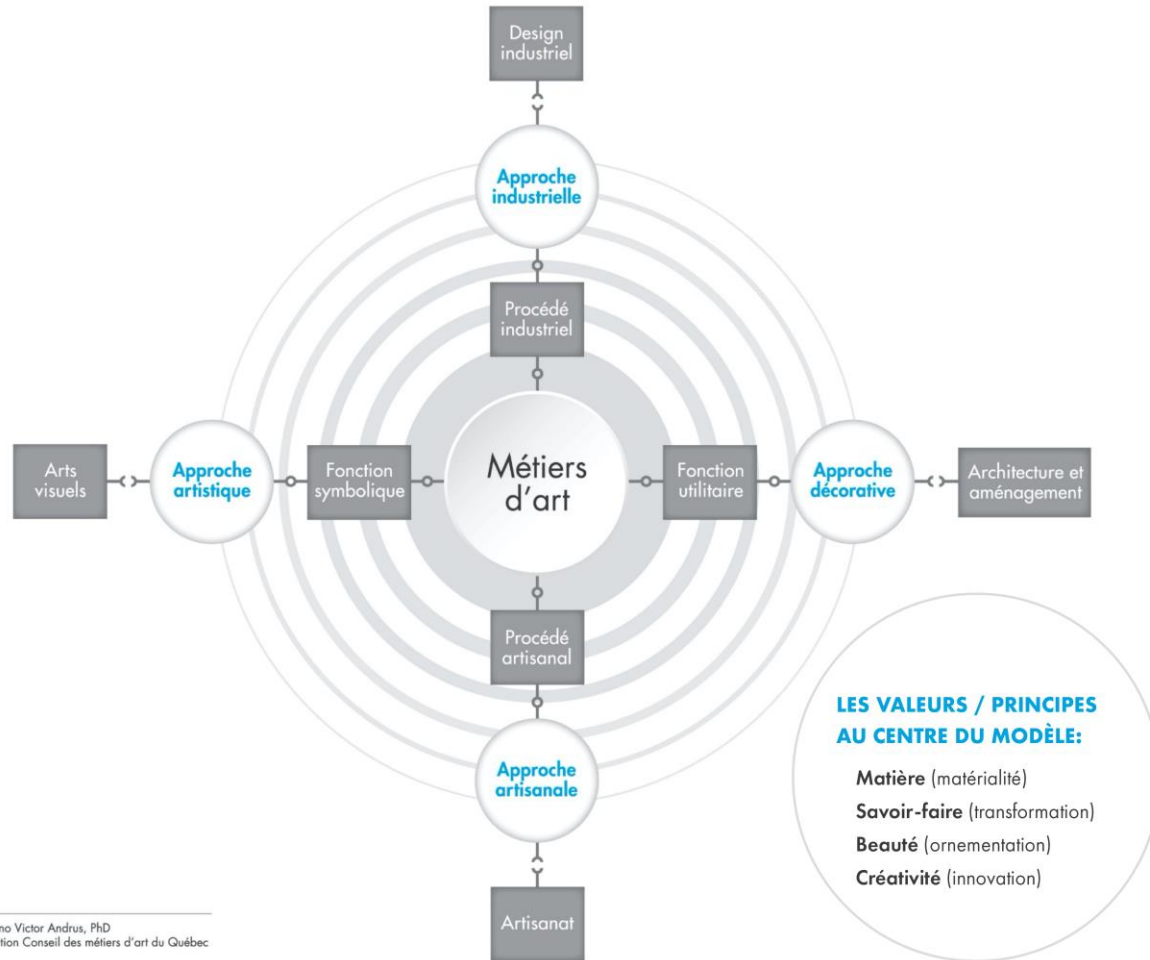
THÉORIE DE L'ACTEUR-RÉSEAU

« Je dirais que si votre description a besoin d'une explication, ce n'est pas une bonne description, voilà tout. Seules les mauvaises descriptions ont besoin d'une explication. C'est vraiment très simple. (...) Je n'ai jamais vu une bonne description qui aurait ensuite besoin d'une explication. En revanche, j'ai lu un grand nombre de mauvaises descriptions auxquelles une addition massive d'« explications » n'a rien ajouté. Et là, l'ANT n'est d'aucun secours... »

Bruno Latour, « Comment finir une thèse de sociologie », 2003

Exercice 5

POSITIONNEMENT DANS LE MODÈLE



POSITIONNEMENT DANS LE MODÈLE

QUESTION 1

À partir de vos réponses à l'exercice 2, validez et complétez la liste des principaux acteurs qui composent votre réseau.

Exercice 5

POSITIONNEMENT DANS LE MODÈLE

QUESTION 2

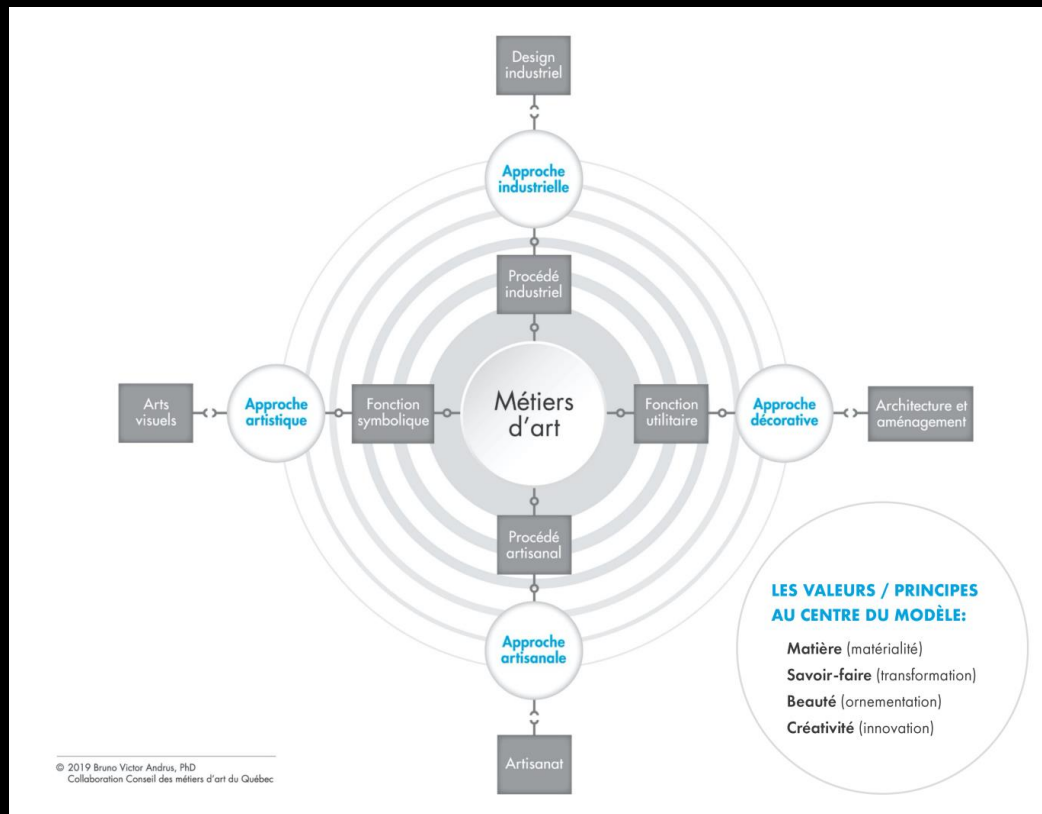
À partir de cette nouvelle liste illustrez graphiquement votre réseau.

Exercice 5

POSITIONNEMENT DANS LE MODÈLE

QUESTION 3

Situez ensuite, dans le schéma du modèle, votre pratique en métiers d'art. À partir de ce point, reconstituez votre réseau en fonction du modèle.



POSITIONNEMENT DANS LE MODÈLE

QUESTION 4

Décrivez ce que vous voyez en quelques phrases.



Une question d'approches
Une formation exceptionnelle du CMAQ

CONCLUSION ET OUVERTURE SUR LES SUITES

- Compétence
- Rappel de l'approche au développement du contenu
- Prochaines activités

Les métiers d'art, une question d'approches

COMPÉTENCE ET ÉLÉMENTS DE LA COMPÉTENCE

Compétence

Se positionner et faire valoir sa pratique professionnelle en métiers d'art

Éléments de la compétence

- 1. SITUER SON TRAVAIL DANS DES PERSPECTIVES THÉORIQUES, HISTORIQUES ET CULTURELLES.**
- 2. PRÉCISER SA SPÉCIFICITÉ, SA DÉMARCHE ET SES DISCOURS**
- 3. DÉVELOPPER UNE PERSPECTIVE D'AVENIR**
- 4. CONTRIBUER AUX DISCOURS COLLECTIFS**

Les métiers d'art, une question d'approches
LES ACTIVITÉS

HISTOIRE DES MÉTIERS D'ART AU QUÉBEC, UN PANORAMA

28 ET 29 OCTOBRE 2019

Montréal

UN MODÈLE D'ANALYSE POUR LES MÉTIERS D'ART

30 ET 31 JANVIER

Montréal et aussi diffusé sur le Web

PRATIQUES PROFESSIONNELLES :

LOIS, PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE, STATUTS D'EMPLOIS ET ÉCOSYSTÈME

DATE À VENIR

Montréal, aussi diffusé sur le web

LECTURE CONTEMPORAINE DES MÉTIERS D'ART

DATE À VENIR

Montréal, aussi diffusé sur Web



Une question d'approches
Une formation exceptionnelle du CMAQ