

**cadavre.exquis.com**

Jean Larose

Volume 41, numéro 2 (242), avril 1999

Média

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/60657ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (imprimé)

1923-0915 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Larose, J. (1999). cadavre.exquis.com. *Liberté*, 41(2), 4–9.

JEAN LAROSE

## CADAVRE.EXQUIS.COM

C'est à Montréal que le multimédia a commencé, pendant l'Expo 67. Je me souviens du pavillon de la Tchécoslovaquie, où un grand écran se fractionnait en une multitude de petits sur chacun desquels se déroulait un film différent. On n'avait jamais vu ça ! L'engouement fut universel.

C'était déjà *Windows*, cette mosaïque de fenêtres. On se découvrait capable de suivre en même temps plusieurs spectacles. Passé la première surprise, dans ce fractionnement, dans cette simultanéité, le visiteur, même s'il n'avait jamais vu ça, reconnaissait confusément son propre rêve ; et en effet, la nuit, nous ne rêvons pas comme au cinéma, mais en multimédia, images, textes, sons, parfums, sensations physiques, et parfois nous faisons plus d'un rêve à la fois...

Il y avait aussi le pavillon de Bell Canada, qui proposait un écran circulaire au centre duquel, merveille sans précédent, le spectateur se trouvait immergé dans le spectacle.

Aujourd'hui, quand j'allume mon ordinateur multimédia, son écran de 14, 17, 25 pouces (simple question de temps : dans quelques années son écran couvrira tout le mur devant moi), je peux suivre dans une fenêtre le téléjournal de Radio-Canada, dans une autre un film de Jean Cocteau, tout en travaillant au centre à quelque poème post-moderne dans une colonne, et en répondant,

par à-coups, aux sollicitations brûlantes d'une anonyme qui veut *chatter* sur ICQ. Et il y a le son : rien ne m'empêcherait d'entourer mon fauteuil d'une vingtaine de haut-parleurs capables de me plonger entièrement dans la musique de Bach, ou dans la parole d'un poète, ou dans un concert de grenouilles australiennes, ou dans les trois en même temps, juxtaposés, emmêlés, comme en rêve...

C'est dire que devant mon ordinateur, je me trouve à la fois au pavillon de la Tchécoslovaquie et au pavillon Bell (laquelle société de téléphone, bien plus puissante et moins aimable, est aujourd'hui mon fournisseur Internet). Je trône au cœur du mystère : c'est comme si j'avais toute l'Expo 67, en mieux, en plus riche, et sans la foule, à ma disposition exclusive et personnelle.

De quelle nature est donc la séduction qui s'exerce alors sur moi ?

Dans son *Dictionnaire des idées reçues*, Flaubert définit les expositions : « objet de délire au XIX<sup>e</sup> siècle. »

On a remarqué que l'exposition universelle « exprime ce remarquable besoin de synthèse prématurée qui est propre au XIX<sup>e</sup> siècle » ; pour les contemporains, l'exposition universelle, ce fut « l'œuvre d'art totale<sup>1</sup> ». Une œuvre d'art totale, est-ce que cela est pensable ? En tout cas, œuvre d'art totale, c'est une définition du multimédia.

Dans une exposition universelle, la culture se trouve mêlée au commerce d'une manière qui fait symbole pour toute une époque et qui, bien au-delà du prétexte documentaire et des « limites de l'utile » (Bataille), confère à la marchandise quelque chose du prestige et de la séduction de l'œuvre d'art.

Le Cristal Palace de l'Exposition de 1851, à Londres, était un « vaste vaisseau de verre décrit par ses contempo-

1. Giedion cité par Walter Benjamin, *Paris, capitale du XIX<sup>e</sup> siècle. Le livre des passages*, Paris, Éditions du Cerf, coll. « Passages », 1989, p. 195.

rains comme une toile impressionniste ou nuagiste dans laquelle le spectateur se perd » (*Encyclopédie Universalis*).

Déjà, le spectateur y allait pour s'y perdre, comme dans un rêve.

Chacun sait à quel point la tour Eiffel est devenue et reste mythique (c'est l'objet le plus photographié dans le monde, juste avant le Palais de Disneyland). En 1889, bien plus que l'illustration des grands progrès industriels accomplis dans les années précédentes, ce monument est le symbole d'un avenir où la science promet d'accomplir un rêve féerique. Pour un littéraire, la tour Eiffel réalise certaine *Illumination* de Rimbaud...

À Bruxelles, à Montréal, le futur triomphe définitivement du passé, le présent déploie un rêve de lendemains qui font plus que chanter, qui hurlent à pleins poumons la supériorité du nouveau, et l'émerveillement devant ce que permet, ce que permettra la technique.

Les artistes ne sont pas en reste. Depuis le siècle dernier, la prophétie futuriste était un domaine artistique. Le cubisme, le surréalisme (et Rimbaud avant eux), pour ne citer que ceux-là, s'étaient attribué un don de voyance sur le futur de l'humanité. L'expression étrange et fragmentée, la formule brutale et renversante répondaient aux images des peintres, qui représentaient des rêves où souvent les personnages, les décors et même les sentiments étaient profilés comme des machines.

Le multimédia, c'est la technique qui se fait arrogante comme le manifeste du surréalisme.

J'entends à CBF: « Ici Radio-Canada, Ici le Futur! » C'est Jules Verne qui se prend pour Rimbaud. Et Bill Gates pour Léonard de Vinci, qui faisait des peintures et des plans d'hélicoptères.

Le multimédia, c'est la poésie moderne, moins l'ironie et le désespoir.

Walter Benjamin écrivait dans les années trente: « La poésie des surréalistes traite les paroles comme des noms

de firmes commerciales et leurs textes sont au fond des prospectus pour des entreprises qui ne sont pas encore créées<sup>2</sup>. »

Elles l'ont été maintenant : le multimédia, c'est André Breton vice-président au marketing. D'abord, il y a eu les noms des groupes rock, entreprises commerciales aux appellations surréalistes (*Jefferson's Airplane, Sexless Backdoor Keys, Cocky Soft Watches, Country Joe and the Fish*) ; les Beatles devaient appeler leur maison de disques *Apple*, et vous savez que cela sera aussi, plus tard, le nom d'une grande entreprise informatique.

Avec le multimédia, la marchandise parachève sa transfiguration poétique<sup>3</sup>. C'est l'art moderne des confiants, des naïfs.

Les entreprises informatiques ont adopté tout naturellement pour leurs produits des dénominations féeriques : *Microfolies, Netscape, Cosmo, Visigenic, Full Circle, Fireworks, Ray Dream* ; à Montréal, une entreprise, *Matrox*, connaît un succès international avec sa carte d'accélérateur vidéo nommée *Mystique*. Ce sont des noms de loyance.

Mais alors, au regard de la littérature, comment pourrions-nous définir cette ivresse poétique d'un genre nouveau que procure le multimédia ? Enfin, c'est à la littérature de répondre.

Et la littérature nous dit que c'est un désir de maîtriser l'origine.

La littérature, au point de vue qui nous intéresse ici, est une parole privée d'origine ; une parole qui ne peut

2. « Il faut analyser, d'une manière générale, le lien qui unit la publicité au cosmique », *Idem*, p. 195.

3. Les agences de publicité apportent un soin maniaque, un soin de poète, au choix d'une raison sociale ou d'un nom de marque. Je voudrais bien que mes étudiants en création littéraire aient le souci du mot juste, de l'expression imagée, du contenu inconscient aussi fort que celui dont font preuve les fabricants d'annonces.

absolument pas être certaine de son origine. Le mythe, la tradition orale, la tradition sacrée connaissent leur origine, pouvaient en témoigner, c'était la parole des ancêtres, la parole du peuple, ou la parole de Dieu. Mais la littérature n'a pas de fondement solide à son origine, l'auteur ne sait pas d'où lui vient son écriture. L'auteur du texte littéraire n'est pas Dieu, c'est même souvent un fou. Qu'est-ce qui l'autorise à parler ?

Cette incertitude est l'origine même de la littérature, qui revendique son exil de l'origine, qui en est fière — mais qui s'en inquiète : que d'auteurs ont souligné que la naissance de la littérature était inséparable de cette chute originelle : perte d'innocence, perte de transparence, nécessité de recourir à la technique de l'écriture pour s'exprimer. Et pour dire quoi ? La perte de la communication immédiate. Au paradis terrestre, il n'y avait pas de littérature.

Depuis deux siècles, de crise en crise (la crise est devenue l'état permanent de l'art et de la littérature), des romantiques aux surréalistes aux existentialistes et jusqu'à nous, la littérature est hantée par ce manque essentiel, dont pâtissent aussi la culture et la société, auxquelles la religion a cessé de fournir une parole pleine et sacrée.

Au fond, le reproche que le roi Thamus faisait au dieu Thot<sup>4</sup> (c'est dans le *Phèdre* de Platon) revient aujourd'hui sous la forme du multimédia, qui est un reproche vivant, si l'on peut dire, adressé à la littérature, de ne pas être assez vivante, ne pas être communication pure et immédiate.

---

4. Au dieu Theuth qui lui apporte les lettres qu'il vient juste d'inventer comme médecine pour la mémoire, le roi Thamus répond : « Tu as dit exactement le contraire de ce qu'elles font en réalité. Elles provoqueront l'oubli chez ceux qui les auront apprises, car ils ne prendront plus soin de leur mémoire et, faisant confiance à l'écriture, ils se souviendront des choses par des signes extérieurs et étrangers, et non de l'intérieur. »

Lire, entendu comme un déchiffrement qui met en jeu une réserve *cultivée* de sens et de signes, est un exercice appelé à devenir de plus en plus suspect. On peut dire : plongé dans un livre, possédé par un récit, envoûté par un personnage, mais nous savons que ce ne sont que des images en comparaison de la submersion, de la possession, de l'envoûtement *effectifs* du spectacle multimédia qui non seulement se caractérise par l'abolition de la distance mais encore vise, comme un but en soi, la fusion et l'incorporation du spectateur dans la réalité virtuelle.

C'est bien le péché originel, la faille originelle sur laquelle est fondée la littérature que le multimédia a la prétention, offre l'illusion, d'abolir.

À nos contemporains *fascinés* (obligés de regarder), il se présente comme ce qui peut rétablir le lien avec la vérité, permettre une communication sans faille là où le texte n'est que faille et que faute aggravée.

L'écran multimédia est donc absolument le contraire et la négation du livre. Contre le livre, humain, trop humain, enfoncé dans la faute par la technique de l'écriture, le multimédia propose la technique de la fin de la technique, la technique qui remplace si parfaitement la nature qu'elle pourra ramener au Paradis celui qui s'y abandonnera.

Oui, j'imagine le logiciel qui s'intitulerait Sein Maternel : les sons assourdis, la lumière rose sanglante, le bercement cénesthésique plongeront le sujet devant son ordinateur dans un bonheur immédiat, sans aucune distance, sans aucune technique, comme dans le sein de Dieu.

Le multimédia, c'est la littérature moins le péché originel.