



GUILLAUME PARIS

H.U.M.A.N.W.O.R.L.D EXPLIQUÉ AUX ENFANTS

2007

H.U.M.A.N.W.O.R.L.D expliqué aux enfants est un site internet imaginé dans le cadre d'un projet multidisciplinaire plus large autour d'une réflexion sur le multiculturalisme et la mondialisation. Il est constitué d'une longue série de portraits provenant d'emballages de produits périssables collectés à travers le monde, et conservés dans leur totalité par l'artiste. Le site présente également les installations réalisées pour ce projet, ainsi que de courts textes approfondissant les questions de mémoire, d'ethnographie, de réification, de préemption...

MONDIALISATION
MÉMOIRE
RÉIFICATION
PRODUIT
MULTICULTURALISME
COLLECTION
CONSERVATION
PUBLICITÉ
IDENTITÉ
PORTRAIT
COMMUNAUTÉ

1 PREMIÈRE APPROCHE DE L'ŒUVRE

PRÉSENTATION

CONTENU

Le site internet dédié au projet **H.U.M.A.N.W.O.R.L.D** est un **site interactif**. On y navigue en passant par le plan d'une ville où les différents quartiers permettent d'accéder aux 7 chapitres comprenant 3 niveaux d'évolution : «la communauté», «la sur-communauté» et la «sous-communauté».

Le premier est «Le monde». L'artiste y présente une collection de portraits classés par tranches d'âge dans 6 galeries. En effet, l'artiste collectionne des emballages du monde entier représentant des portraits qu'il a numérisé et retouché pour certaines. Les 6 autres chapitres sont des diaporamas. **Le deuxième** chapitre, «Soin et entretien des constituants», présente le principe de collection des produits-portraits : les objets ont été collectés et conservés en exemplaire unique, ils ont donc un contenu périssable et ne seront jamais remplacés. Ils constituent « la communauté ». **Le troisième** chapitre est « La galerie de portraits ». L'artiste y explique le principe de dé-réification : les portraits photographiés sur les emballages s'animent, s'incarnent et deviennent des avatars (personnages artificiels), formant la « sur-communauté ». **Le quatrième** chapitre, développe l'idée d'un « Musée hermétique », un monument mi-musée mi-mausolée, clos et durable dans le temps où les produits seraient leur propre public. L'artiste y présente également un projet d'exposition où les produits sont enterrés dans des conteneurs hermétiques et présentés au public par l'intermédiaire d'écrans d'information plantés dans le sol. **Le cinquième** chapitre, appelé « Devenir », expose le principe de vieillissement des avatars. Des portraits simulant le vieillissement des personnages sont réalisés avec l'aide d'experts. Ce vieillissement se solde par la mort des avatars, prolongée par un au-delà artificiel. **Le sixième** chapitre « Recherche et développement » traite des interactions au sein des trois communautés (produits-portraits, modèles, les avatars) et des communautés entre elles. **Le dernier** chapitre « Sous-communauté », porte sur la recherche des modèles des photos. Ces personnes réelles constituent la « sous-communauté ». Certains produits-portraits s'animent avec un mouvement des lèvres et témoignent de leur condition (fiction).

PISTES DE REFLEXION

- Le travail de Guillaume Paris est globalement tourné vers **les références et différences culturelles et leur exploitation**. **H.U.M.A.N.W.O.R.L.D** questionne **l'image publicitaire** par ce prisme. La photo de publicité, construite de manière très codifiée et culturellement très marquée, passe du statut d'**image manipulatrice à celui d'image « objective »** par le phénomène de réification qu'elle engendre, et devient un matériau d'investigation anthropologique.

- Une réflexion sur le «groupe» est également menée dans cette œuvre. Par sa communauté de personnes artificielles (avatars) et humaines (modèles), **l'artiste appréhende la construction de l'identité individuelle au sein d'une société mondialisée**, où le multiculturalisme tend à estomper les différences. Son nouveau monde idyllique lui permet d'étudier les mécanismes de coexistence d'individualités singulières dans un ensemble communautaire normé (ici par les standards auto-imposés de l'image publicitaire), et d'illustrer son point de vue sur **le développement d'une pensée globalisante qui récuse l'identité singulière**.

CONNEXIONS

L'utilisation d'images de publicité et de presse n'est pas nouvelle dans l'art contemporain, c'est aussi l'un des thèmes du mouvement Pop art. L'artiste américaine **Barbara Krüger** utilise des images de ce type qu'elle détourne et auxquelles elle ajoute des slogans provocateurs dénonçant les travers d'un occidental axé sur l'image, consumériste et globalisante. En France, **Claude Closky** s'est également intéressé aux images des médias dans ses travaux. Dans sa vidéo « Photos » (1994), il a isolé des images fixes issus de spots publicitaires enregistrés à la télévision, montrant des personnes détendues et souriantes dans des univers du quotidien (travail, maison...) et qui ressemblent aux photographies que l'on a tous chez soi. La démarche de l'artiste est sensiblement différente car il ne vise pas la dénonciation d'un système mais plutôt **son détournement**, afin de faire réfléchir le spectateur à une alternative possible à **une mondialisation rapide et acculturatrice**.

LE TITRE

H.U.M.A.N.W.O.R.L.D (Holistic and Utopian Multinational Alliance for New World Order and Research in Living and Dying) L'acronyme H.U.M.A.N.W.O.R.L.D peut se décomposer en deux mots « human world » : le monde humain. Sa signification développée peut se traduire par : « alliance multinationale holistique* et utopiste pour un nouvel ordre mondial et pour la recherche sur la vie et la mort ». Ce long titre traduit la quasi totalité de la démarche de Guillaume Paris : constituer une communauté artificielle représentant le genre humain à l'échelle internationale, à partir de portraits issus d'emballages qu'il dé-réifie. La nouvelle communauté mondiale, pacifique et métissée, ainsi créée développe une existence propre, où chaque individu artificiel vit et meurt.

*voir lexique.

PRÉSENTATION DE L'ARTISTE

Guillaume Paris né en 1966, il vit et travaille à Paris.

Artiste numérique et plasticien français, il s'est formé à la Cooper Union de New York et à l'Institut des Hautes Études en Arts Plastiques de Paris. Parallèlement à ses débuts d'artiste, il poursuit des études d'anthropologie. Au cours de ses nombreux voyages, l'artiste a développé une sensibilité aux différentes cultures, et à la façon dont elles sont exploitées à des buts de marchandisation ou d'endoctrinement. Son travail se déploie autour de cet axe, examinant de manière critique les valeurs humaines et leurs manipulations. Guillaume Paris est également professeur à l'École Nationale Supérieure des Beaux-Arts depuis 2001, et intervient depuis 10 ans dans les écoles d'arts à travers le monde.

2 EXPLOITATION PÉDAGOGIQUE DE L'ŒUVRE

COMMENT FONCTIONNE L'ŒUVRE ?

Sur la carte interactive, choisissez le chapitre en faisant glisser la souris puis cliquer. Une fenêtre s'ouvre, il suffit de cliquer sur les images ou sur les symboles en haut pour qu'il y ait une animation ou passer à une autre image.

S'INTERROGER

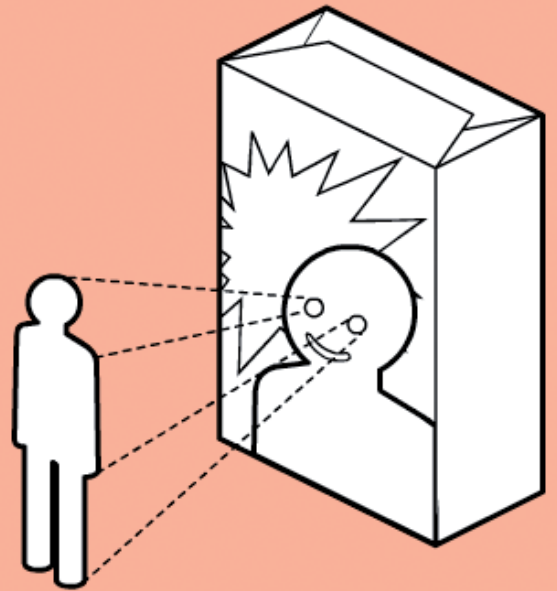
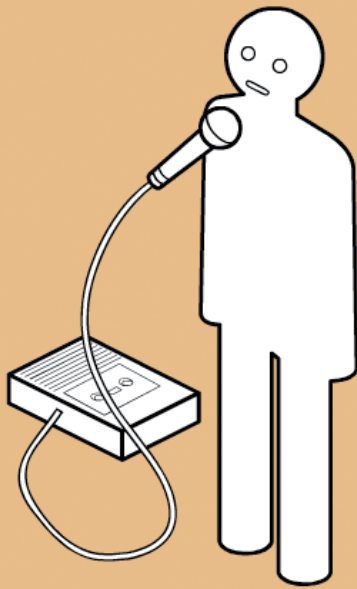
- À votre avis, la publicité peut-elle représenter la « vraie vie » ?
- Pensez-vous que la mondialisation efface progressivement les différences culturelles ?
- Quel est le rôle d'un musée ? Peut-on imaginer d'autres moyens de mettre en valeurs des œuvres ?

ATELIERS

- **Publicité et représentation, patrimoine et mémoire collective :**
Constitution et archivage d'une collection de portraits publicitaires (emballages, magazine, journaux ...) représentant la communauté internationale.
- **Initiation à la recherche sociologique :**
Au sein du groupe classe, définir les particularités de l'identité de chacun et les modes d'interaction entre les individus.
- **L'identité, le portrait et la publicité :**
Création d'un avatar à partir de la photographie d'un modèle anonyme.
Définition de son identité, de son passé, de sa vie actuelle...

THÉMATIQUES EN LIEN AVEC LE PROGRAMME DE L'ENSEIGNEMENT DE L'HISTOIRE DES ARTS

- **Collège :**
"Arts, médias, cultures"
"Arts, ruptures, continuités"
- **Lycée :**
Champ anthropologique : "Arts, sociétés, cultures"
Champ technique : "Arts, informations, communications"
Champ esthétique : "Arts, goûts, esthétiques"



3 POUR ALLER PLUS LOIN

GLOSSAIRE

Réification, n.f : fait de transformer en chose une personne, une idée, un mouvement, un concept.

Multiculturalisme, n.m : désigne la coexistence de plusieurs cultures (ethniques, religieuses...) dans une même société, dans un même pays. C'est aussi une doctrine ou un mouvement qui met en avant la diversité culturelle comme source d'enrichissement de la société

Acculturation, n.f : processus d'assimilation de la culture locale par des personnes venant d'ailleurs, qui induit souvent la disparition progressive de leur culture d'origine.

Holistique adj : qui relève de l'holisme (Doctrine qui consiste à considérer les phénomènes comme des totalités), considérant l'objet comme constituant d'un tout.

RESSOURCES DOCUMENTAIRES

Disponibles à l'Espace multimédia gantner

H.U.M.A.N.W.O.R.L.D. explique aux enfants

Guillaume Paris. Livre publié à l'occasion de l'exposition «We Are the World» (17 avril / 25 mai 2003), Coédition : Palais de Tokyo ; Caisse des dépôts et consignations, Diffusion : Paris Musées, avril 2005

Kids

Guillaume Paris, Broché, juin 2004

Parachute

(revue canadienne), no. 100 (automne 2000), p 123 à 131 : dossier « H.U.M.A.N.W.O.R.L.D » par Cécile Dazord, décembre 2000.

WEBOGRAPHIE :

Sur l'artiste :

■ www.guillaume-paris.com

Sur l'œuvre :

■ www.guillaume-paris.com/humanworld/indexfr.html