

# SERIE SUR LES ARTS

Version en noir et blanc (prête à imprimer) (BW, Black/White)  
compilée le 20 juin 2015



### a) Sommaire, selon la Checksheet :

1.	65-08-30	L'ART .....	1
2.	73-07-29	L'ART, DONNÉES SUPPLÉMENTAIRES .....	7
3.	74-04-10	L'ART DE SE TENIR SUR SCÈNE .....	13
4.	74-04-25	LE RYTHME.....	17
5.	77-09-26	L'ART ET LA COMMUNICATION .....	21
6.	79-03-04	LES LOIS FONDAMENTALES DANS L'ART.....	25
7.	79-04-15	CE QUI DISTINGUE LES BEAUX-ARTS DE L'ILLUSTRATION .....	27
8.	79-06-10	UN PROFESSIONNEL .....	29
9.	80-01-12	SÉRIE SUR L'ART NO 9 .....	31
10.	82-08-25	LA JOIE DE CRÉER .....	33
11.	84-02-01	POINT DE VUE SUR L'ART .....	35
12.	64-10-08	LA PRÉSENTATION D'UNE CRÉATION ARTISTIQUE .....	39
13.	84-02-25	LA PERSPECTIVE.....	43
14.	84-02-26	LA COULEUR .....	45
15.	84-02-26	L'ART ET L'INTÉGRATION .....	49
16.	84-03-10	LE MESSAGE .....	55



## **b) Sommaire, par ordre alphabétique :**

1.	79-04-15	CE QUI DISTINGUE LES BEAUX-ARTS DE L'ILLUSTRATION .....	27
2.	74-04-10	L'ART DE SE TENIR SUR SCÈNE.....	13
3.	84-02-26	L'ART ET L'INTÉGRATION .....	49
4.	77-09-26	L'ART ET LA COMMUNICATION .....	21
5.	65-08-30	L'ART .....	1
6.	73-07-29	L'ART, DONNÉES SUPPLÉMENTAIRES .....	7
7.	84-02-26	LA COULEUR .....	45
8.	82-08-25	LA JOIE DE CRÉER .....	33
9.	84-02-25	LA PERSPECTIVE.....	43
10.	64-10-08	LA PRÉSENTATION D'UNE CRÉATION ARTISTIQUE .....	39
11.	84-03-10	LE MESSAGE .....	55
12.	74-04-25	LE RYTHME.....	17
13.	79-03-04	LES LOIS FONDAMENTALES DANS L'ART.....	25
14.	84-02-01	POINT DE VUE SUR L'ART .....	35
15.	80-01-12	SÉRIE SUR L'ART NO 9 .....	31
16.	79-06-10	UN PROFESSIONNEL .....	29



### c) Sommaire, par ordre chronologique :

1.	64-10-08	LA PRÉSENTATION D'UNE CRÉATION ARTISTIQUE .....	39
2.	65-08-30	L'ART .....	1
3.	73-07-29	L'ART, DONNÉES SUPPLÉMENTAIRES .....	7
4.	74-04-10	L'ART DE SE TENIR SUR SCÈNE .....	13
5.	74-04-25	LE RYTHME.....	17
6.	77-09-26	L'ART ET LA COMMUNICATION .....	21
7.	79-03-04	LES LOIS FONDAMENTALES DANS L'ART.....	25
8.	79-04-15	CE QUI DISTINGUE LES BEAUX-ARTS DE L'ILLUSTRATION .....	27
9.	79-06-10	UN PROFESSIONNEL .....	29
10.	80-01-12	SÉRIE SUR L'ART NO 9 .....	31
11.	82-08-25	LA JOIE DE CRÉER .....	33
12.	84-02-01	POINT DE VUE SUR L'ART .....	35
13.	84-02-25	LA PERSPECTIVE.....	43
14.	84-02-26	L'ART ET L'INTÉGRATION .....	49
15.	84-02-26	LA COULEUR .....	45
16.	84-03-10	LE MESSAGE .....	55





HUBBARD COMMUNICATIONS OFFICE  
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex  
BULLETIN DU HCO DU 30 AOÛT 1965R

RÉVISÉ LE 30 DÉCEMBRE 1979

Reronéotyper  
Cadres de Saint Hill  
Étudiants de Saint Hill

(Une seule révision : le numéro de série.)

N° 1 de la Série sur l'art

## L'ART

Au cours des quinze dernières années, j'ai étudié, entre autres branches de la philosophie, le sujet de L'ART.

En voici la raison : l'art est la moins codifiée et la moins bien comprise des entreprises humaines. Qu'est-ce que l'Art ? Voilà une question à laquelle l'Homme a rarement su répondre.

L'art regorge d'« experts ». Et si j'ai choisi d'aborder ce sujet, c'est parce que « le domaine où l'on trouve le plus grand nombre d'experts est celui qui possède le savoir le moins codifié ». Il est bien entendu tentant de répondre à cette question et de codifier le sujet. C'est chose faite, à présent.

Le sujet fut évoqué pour la première fois en 1950, au cours d'une conversation avec Donald H. Rogers, au 42 Aberdeen Road, Elisabeth, New Jersey.

Comme ce secteur de l'activité humaine semblait se situer en dehors du domaine de la Dianétique et de la Scientologie, j'y travaillai par la suite de façon intermittente.

J'avais publié 15 millions de mots entre 1929 et 1941, et le domaine des arts ne m'était donc pas inconnu. À partir de 1950, j'abordai des formes d'art autres que la littérature, dans le but de faire progresser le sujet de L'ART dans son ensemble.

Finalement, je découvris plusieurs choses d'importance. Et je constate qu'elles s'appliquent à ce que nous faisons et qu'elles ont donc une valeur pratique.

Afin que ses découvertes soient consignées une fois pour toute, plutôt que rangées sous formes de notes dans quelque dossier, je les publie sous forme de HCOB. De plus, je pense qu'elles aideront quelque peu aux progrès de la Scientologie.

Comme cela arrive invariablement avec toute « recherche pure » (j'entends par là, étudier sans penser à une application possible), vous finissez brusquement par en récolter les fruits. Et parmi les résultats obtenus, il y a eu une meilleure dissémination de la Scientologie et la réhabilitation de l'artiste.

Mes études occasionnelles dans les domaines de la photographie et de la musique m'ont considérablement aidé à effectuer ces découvertes.

Le fait d'approcher de l'état de Clair a également été d'un grand secours dans la compréhension de ce sujet plutôt vaste qu'est L'ART. Il serait audacieux de dire que j'ai résolu cet immense sujet, mais en voici du moins les fondements et les principes de base.

Les données qui vont suivre vous sont livrées à l'état brut, mais elles n'en constituent pas moins les principes de base de ce domaine bien à part que nous appelons L'ART.

## **LES FONDEMENTS DE L'ART DÉFINITION DE BASE**

L'ART est un mot qui résume la QUALITÉ DE LA COMMUNICATION.

Par conséquent, l'art suit les lois de la communication.

Un excès d'originalité plonge le public dans le mystère et suscite par conséquent son désaccord. En effet, la communication comprend la duplication et « l'originalité » est l'ennemi de la duplication.

La TECHNIQUE ne doit pas dépasser un niveau où elle « tue » la communication.

On ne peut sacrifier la communication à la PERFECTION.

Chercher la perfection, dans le domaine des arts, c'est poursuivre le mauvais but. Avec l'art, on doit d'abord chercher à communiquer, puis le perfectionner dans les limites du raisonnable. On doit chercher à communiquer tout en appliquant le degré de technique nécessaire. Si l'on cherche un degré de perfection plus élevé, alors qu'un degré de perfection moindre suffirait à créer une bonne communication, on ne communiquera pas.

Exemple : un appareil photo prend des photos parfaites, mais il n'est pas assez maniable. Eh bien, être en mesure de prendre des photos vient avant la perfection technique idéale.

Dans le domaine de l'art, l'ordre d'importance est le suivant :

- (1) La communication qui en résulte.
- (2) La performance technique.

Le point 2 vient toujours après le point 1. Le point 2 peut être aussi élevé que l'on veut, à condition de ne pas détruire le point 1.

La première chose que l'on vise, c'est la communication. La qualité technique vient en deuxième. On pousse le point 2 au maximum, tout en restant dans la réalité du point 1.

Un être peut se donner beaucoup de mal avec le point 2 afin de réaliser le point 1, mais il arrive un moment où une concentration trop forte sur le point 2 stoppe la réalisation du point 1.

Si l'ardeur avec laquelle vous vous consacrez au point 2 stoppe la réalisation du point 1, modifiez le point 2, pas le point 1.

La définition de la perfection est la suivante : la qualité maximum qu'il est possible d'obtenir sans pour autant stopper la communication.

Lorsqu'on consacre trop de temps au point 2, on empêche évidemment le point 1.

D'ordinaire, on est obligé de descendre au-dessous de la perfection absolue pour qu'il y ait communication. Le critère d'après lequel on juge un artiste est le suivant : a-t-il dû beaucoup s'éloigner de la perfection ? Non pas : jusqu'où a-t-il poussé la perfection ?

Un professionnel dans le domaine des arts est quelqu'un qui parvient à communiquer avec sa forme d'art en ayant sacrifié le minimum de qualité technique. On doit toujours sacrifier un peu de la qualité pour pouvoir communiquer.

Pour déterminer exactement le degré de perfection technique réalisable, on se base sur le facteur suivant : à quel point dois-je réduire la masse, le temps, les obstacles ou le matériel pour obtenir un résultat ? La règle est la suivante : si, par excès de perfectionnisme, vous ne parvenez pas réellement à communiquer, réduisez la masse, le temps, les obstacles ou le matériel de manière à pouvoir communiquer, mais maintenez la technique et la perfection à un niveau aussi élevé que possible, à un niveau qui soit compatible avec le résultat envisagé et les moyens dont vous disposez.

Si ça ne communique pas, ce n'est pas de l'art. La plus grosse erreur qu'on puisse commettre, c'est de ne pas réussir à communiquer par manque de perfection technique. Une autre erreur est de ne pas chercher le plus haut degré de perfection technique possible dans le résultat.

On mesure le degré de perfection à atteindre par le degré de communication qui en résultera.

Cela s'applique même à un ouvrier. L'ouvrier qui est incapable d'accomplir quoi que ce soit et qui a absolument besoin d'outils est un raté du point de vue artistique.

« L'art pour l'art » est un parfait paradoxe. « L'art dans le seul but de communiquer » et « chercher la perfection sans communiquer » sont les deux extrêmes de ce domaine.

On peut bien entendu communiquer avec soi-même, si l'on désire être à la fois cause et effet.

Il n'y a qu'une raison d'étudier l'art : le désir de communiquer. Celui qui cherche uniquement la perfection artistique le fait parce qu'il n'a pas réussi à communiquer dans le passé.

L'amélioration de soi est basée sur un seul et unique facteur : l'absence de communication dans le passé.

Vivre peut être un art.

La quête de la liberté consiste soit à fuir les échecs qu'on a connus dans le domaine de la communication, soit à chercher de nouvelles communications. Par conséquent, la quête de la liberté peut être une impulsion malsaine ou saine.

Donc, en recherchant et en découvrant les échecs subis par un artiste lorsqu'il cherchait à communiquer une forme d'art ou une idée, on va inévitablement le réhabiliter.

Cependant, étant donné la nature du mental réactif, la réhabilitation totale de l'artiste doit passer par les divers états de release et l'état de Clair.

« Suffisamment artistique », cela correspond à quoi ? À la quantité d'art nécessaire pour produire une approximation de l'effet qu'on désire créer sur celui qui va recevoir ou contempler l'œuvre d'art, et ce, dans la limite des moyens et des possibilités qu'on a.

Pour créer une forme d'art ou une présentation artistique réussie, il est indispensable d'avoir un concept des gens qui vont la contempler et d'avoir une bonne idée de leur niveau d'acceptation. L'œuvre devra donc entrer dans le cadre des choses qu'ils connaissent, tout en produisant l'effet désiré.

Le succès de toute œuvre d'art est régi par les deux facteurs suivants : les expériences et les associations de ceux qui la contemplant. Il n'existe pas de forme d'art pure et générale, étant donné que toute forme d'art doit tenir compte de l'ensemble des expériences passées de ceux qui la contempleront.

Les artistes ont tous plus ou moins besoin de comprendre les points de vue des autres et ce qui se passe dans leur tête, s'ils veulent que leur œuvre soit acceptée. En effet, l'acceptation d'une communication dépend de l'état d'esprit de celui qui la reçoit. La Scientologie est donc une nécessité absolue pour un artiste, s'il veut réussir et ne pas connaître d'infortunes.

Quel que soit le domaine artistique dans lequel vous travaillez, vous devez avoir un concept des personnes qui regarderont votre œuvre (ne serait-ce que vous-même). Sinon, vous connaîtrez bien des déceptions et vous finirez par décrier vos créations.

Un artiste qui est contre les « goûts » de son public potentiel aura évidemment du mal à communiquer avec lui. Son désaccord n'est pas dû au public, mais à son inaptitude passée à communiquer avec ce genre de public, ou encore à un rejet de son œuvre par un public vaguement similaire.

Le refus de communiquer avec une forme d'art peut venir d'une toute autre inaptitude que celle qu'on croyait.

Les professionnels ont souvent de tels désaccords quant à la façon de présenter une forme d'art, qu'elle cesse d'être de l'art et devient une technologie, et comme elle ne progresse plus et qu'elle ne se renouvelle pas d'une façon acceptable pour le public, elle meurt. Voilà probablement la raison fondamentale du déclin ou de la disparition des formes d'art. L'idée qu'il faut communiquer avec ses contemporains est perdue. Les vieilles formes d'art sont envahies par les obligations et les interdits techniques et cessent alors de communiquer. L'art, c'est la communication, pas la technologie du comment. La technologie est là pour faciliter la création de l'effet recherché et pour préserver les étapes employées pour créer cet effet. Lorsque la portée d'une forme d'art est faible, on va se consacrer uniquement à la perfection, et elle cesse alors d'être une forme d'art dans toute l'acceptation du terme.

On peut détruire la portée d'une communication en dégradant la forme d'art elle-même. Par exemple : une mauvaise reproduction sonore, une pellicule pleine de rayures, la publication de fragments non autorisés. C'est la première forme de suppression.

D'un autre côté, le fait d'interdire continuellement une communication positive sous prétexte qu'elle n'est pas artistique est également suppressif.

Entre ces deux extrêmes, vous avez la communication, et le jeu consiste à créer la forme d'art la plus élevée possible tout en communiquant. Sinon, ce n'est pas de l'art. Et c'est contestable.

Voilà donc les fondements de L'ART.

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR  
Assisté pour la révision par  
Maggie Sibersky  
LRH Comps I/C  
pour les  
CONSEILS D'ADMINISTRA-  
TION  
des  
ÉGLISES DE SCIENTOLOGIE



REPOLYCOPIER

N° 2 DE LA SÉRIE SUR L'ART

## L'ART, DONNÉES SUPPLÉMENTAIRES

Réf. : HCOB 30 août AD 15 N° 1 de la série sur l'art L'ART Quelle qualité doit avoir une oeuvre d'art professionnelle ? Cela comprendrait la peinture, la musique, la photographie, la poésie, tous les arts, les beaux-arts aussi.

De même que l'art de se présenter soi-même ou ses produits.

Oui, quelle QUALITÉ doit avoir une telle oeuvre d'art ?

Ah ! Dites-vous, mais c'est un impondérable, quelque chose à quoi on ne peut pas répondre. En vérité, dites-vous, vous venez de poser une question à laquelle il n'y a pas de réponse, excepté les sarcasmes et les applaudissements des critiques.

D'ailleurs, c'est pour ça qu'existent les critiques d'art ! Car qui peut dire ce qu'est la qualité de quelque chose de bien ? Qui sait ?

J'ai une surprise pour vous. IL Y A une réponse.

Comme vous le savez, j'ai effectué des recherches pendant des années (un peu en marge du dur travail que je faisais) pour exhumer quelques-uns des matériaux qui pourraient constituer les bases de l'art. L'art était le sujet le moins codifié et le plus dogmatique sur cette planète - après les idées qu'ont les hommes sur les femmes et les femmes sur les hommes, et les idées que l'Homme a sur l'Homme. L'art était ce qu'on voulait. Des chefs-d'oeuvre sont restés ignorés, et de véritables bizarreries se sont attiré des éloges.

Donc, quelle qualité doit avoir une oeuvre d'art pour être bonne ?

Le peintre fera remarquer chaque minuscule détail technique connu uniquement de ses pairs, le musicien jouera une partition au cor alto et vous expliquera quelque chose sur les déclics des pistons et l'embouchure, le poète parlera des types de mètre, l'acteur expliquera comment la position et le geste d'une main, selon telle école, peuvent transformer un ringard en acteur. Et il en va ainsi, art par art et petit bout par petit bout.

Mais tous évoqueront des complexités particulières et des mystères sacrés de la technique, des infimes détails que seuls les initiés à cette discipline reconnaîtraient. Ils parlent technique. Ils ne répondent pas vraiment à la question : quelle *qualité* doit avoir une oeuvre d'art ?

Les oeuvres d'art sont vues par les gens. Elles sont entendues par les gens. Elles sont ressenties par les gens. Elles ne sont pas simplement la nourriture d'un groupe hermétique d'initiés. C'est la nourriture qui assouvit l'âme de tous.

On est libre, bien entendu, de contester ce vaste but de l'art. Certains professeurs, qui ne veulent pas de rival, disent à leurs élèves que « Le but de l'art est l'autosatisfaction », « C'est un passe-temps ». Autrement dit : « N'expose pas, ne montre pas, mon petit, sinon tu feras partie de la concurrence ! » Le monde aujourd'hui fourmille de ce genre de figure-figure. Mais comme rien dans cet art qui vise à l'autosatisfaction ne correspond à une définition plus large que « soi-même pour soi-même », cela n'intéresse pas le professionnel.

Dans toute production artistique, qui a-t-on comme audience ? Des gens. Et non, le ciel nous en protège, des critiques. Mais des gens. Pas des experts dans cette forme d'art. Mais des gens.

Ce vieux poète chinois qui, après avoir écrit un poème, sortait de sa mansarde traditionnelle pour aller le lire à la vieille fleuriste du coin, tenait le bon bout. Si elle le comprenait et le trouvait très bien, il le publiait. Sinon, il le mettait dans la poubelle en bambou. Pas étonnant que ses poèmes aient traversé les siècles, portés aux nues.

Eh bien, on pourrait répondre maintenant en disant simplement que l'art devrait communiquer aux gens de haute et de basse condition. Mais ceci n'aide pas vraiment le professionnel qui s'escrime, ni ne le guide lorsqu'il s'agit d'assembler une oeuvre et cela ne lui donne pas de point de référence lui permettant de dire : « Ça y est ! » « J'y suis arrivé. » Et y aller en étant certain d'y être arrivé.

Qu'est-ce que la technique ? Quelle est sa valeur ? Où entre-t-elle en jeu ?

Qu'est-ce que le perfectionnisme ? À quel point arrête-t-on de gratter la peinture ou d'effacer les notes pour dire « Ça y est » ?

Car il y a un point. Certains artistes ne le trouvent jamais. Le groupe des impressionnistes a presque perdu la boule en essayant de développer une nouvelle façon de considérer et de communiquer l'art. Ils ont réussi - certains d'entre eux, comme Monet. Mais plusieurs d'entre eux n'ont jamais su où s'arrêter et n'ont pas réussi. Ils ne pouvaient pas répondre à la question : « Quelle qualité doit avoir une pièce artistique pour être bonne ? » À notre époque, il existe de nombreuses lignes de communication pour les oeuvres d'art. Du fait qu'il est si facile de montrer un petit nombre d'oeuvres à tant de gens, il se peut même qu'il y ait moins d'artistes. La concurrence est très vive, voire impitoyable. Pour être bon on doit être très bon. Mais de quelle manière et comment ?

Eh bien, quand j'avais coutume d'acheter le petit-déjeuner aux artistes de Greenwich Village (qu'ils mangeaient avidement, ne s'arrêtant entre deux bouchées que pour déplorer mon mercantilisme et l'avalissement de mes talents pour l'or qui payait leurs repas), je leur posais cette question et inutile de dire que je recevais un nombre effarant de réponses différentes. Ils m'ont soûlé de technique ou d'absence de technique, ils se sont vaguement attardés sur le talent inné et m'ont entraîné dans des galeries pour me montrer Picasso, ou jusqu'à une palissade couverte de peintures 390 abstraites. Mais aucun d'entre eux ne m'a dit quelle qualité doit avoir une chanson pour être une chanson.

Donc j'y ai réfléchi. Et un indice m'est venu quand le regretté Hubert Mathieu, un ami très cher et marqué par sa jeunesse sur la rive gauche de la Seine, et qui peignait aux Beaux-Arts des douairières dans l'âge mur, m'a dit : « Pour faire n'importe laquelle de ces choses modernes, abstraites, cubistes, tu dois d'abord savoir peindre ! » Et il s'étendit sur le sujet, tandis que je le ravitaillais en sherry on the rocks dans le silence nocturne de Manhattan, et il



mit la dernière touche à la robe de bal quelque peu gonflée de la première dame de Nantucket. Matty savait PEINDRE. Finalement, en quelques coups de pinceau, il me traça un tableau abstrait pour me montrer comment quelqu'un qui ne savait pas peindre s'y prendrait et comment cela *pourrait* être fait.

Je compris ce qu'il avait voulu me dire. Pour vraiment réussir l'une de ces choses modernes farfelues, il fallait d'abord savoir peindre. Et je me dis, bon, que diable, il y a Gertrude Stein et Thomas Mann et autres aspergeurs d'encre. Voyons s'il s'agit bien d'une forme d'art. J'ai affûté ma machine à écrire électrique et me suis mis à taper à toute vitesse les derniers chapitres d'un roman dans une prose acide vraiment exagérée et j'ai mis FIN en bas de la page et l'ai expédié à un rédacteur en chef qui, sur-le-champ, envoya plusieurs bouquets d'oseille via les lignes de téléphone et m'invita à déjeuner et à la différence de son naturel blasé me dit : « J'ai vraiment pris mon pied (c'était il y a des dizaines d'années, autre époque, autre jargon) à la façon dont cette histoire s'est terminée ! Tu as vraiment fait un carton. » Et cela lui a fait augmenter son tirage. Ceci était très bizarre car, voyez-vous, les premiers chapitres étaient normaux puisqu'ils avaient été écrits avant que Matty ait eu soif de sherry et m'ait invité à passer chez lui, et les derniers étaient un monologue intérieur impressionniste que Mann lui-même aurait appelé « une déviation d'avant-garde assez aventureuse et sur-Finnéganisée de l'école ultra. »

Alors, juste pour voir jusqu'où cela pouvait aller, pendant quelque temps, j'ai jonglé avec différentes périodes de prose, juste pour voir ce qui se passait. Que cela se vendait ne me démontrait pas grand-chose car je n'ai jamais eu de difficultés avec ça. Mais qu'elles soient quand même comprises m'étonnait car le style littéraire (allant de Shakespeare à Beowulf) divergeait follement de tout ce qu'on publiait à l'époque.

Donc je les ai montrées à Matty la fois suivante où il avait une robe de bal à peindre ou trois mentons à effacer et avait soif. Et il les a regardées et a dit : « Eh bien, tu as démontré mon argument. Il n'y a pas de mystère à ça. Dans le fond tu es un écrivain accompli ! Cela se voit. » Maintenant on arrive à quelque chose, et qui ne concerne pas que moi, mes aventures et mon passé depuis longtemps révolu.

Au fur et à mesure que le temps s'écoulait, voici ce que je commençais à voir : le confrère technicien d'un art entend et voit les petits détails techniques. L'artiste lui-même est complètement absorbé par l'application précise de certaines actions exactes qui produisent, quand on les exécute, sa toile, sa partition, son roman, sa représentation.<sup>391</sup> L'artiste qui a du succès soigne tellement ces petits détails qu'il dispose alors d'attention et de compétence pour faire sortir son message, il n'est plus en train de faire des retouches au bleu céruléen et de bricoler la double croche. Il les a ajustés. Il peut les faire et les refaire en tant qu'actions techniques. Pas d'ulcère. Strictement la routine.

Ici nous avons trois tableaux surréalistes. Et ils ont chacun leur propre message. Et les gens passent devant et n'en regardent qu'un seul avec une grande admiration. Pourquoi celui-ci diffère-t-il des deux autres ? Est-ce un autre message ? Non. Est-il plus populaire ? C'est trop vague.

Si vous regardez ou écoutez n'importe quelle oeuvre d'art, il n'y a qu'un seul facteur auquel un public occasionnel répond en masse, et si l'oeuvre le contient, alors vous aussi la considérez comme une oeuvre d'art. Si elle ne le contient pas, vous ne la verrez pas comme telle.

Alors qu'est-ce que c'est ?

UNE MAÎTRISE TECHNIQUE SUFFISANTE POUR PRODUIRE UN IMPACT ÉMOTIONNEL.

Et voilà la qualité que doit posséder une oeuvre d'art pour être bonne.

Si vous analysez cela sous plusieurs angles, vous verrez que le spectateur ordinaire n'est habituellement pas conscient de la technique. C'est le domaine des créateurs artistiques.

Si vous observiez une foule regarder un magicien, vous découvririez qu'il existe un dénominateur commun qui provoque une réaction uniforme. Si c'est un bon magicien, il a un bon sens du spectacle. Il ne leur montre pas comment il exécute ses tours. Il leur montre un numéro sans accroc. Ceci seul fournit l'onde porteuse qui transporte la substance de ses actions à son public. Même si on est loin des beaux-arts (peut-être), il y a malgré tout de l'art dans sa façon de faire. S'il est bon, le public voit en premier, avant tout autre chose, la MAÎTRISE TECHNIQUE de son spectacle. Ils sont aussi en train de le regarder effectuer des choses qu'ils savent ne pas être capables de faire. Et ils voient le résultat de sa prestation. C'est un bon magicien s'il réalise un spectacle techniquement parfait uniquement en termes de scène et d'actions qui fournissent la voie sur laquelle transmettre ce qu'il présente.

Sans comparer Bach à un magicien (bien que l'on puisse) toutes les grandes oeuvres d'art ont ce facteur en commun. Tout d'abord, avant de regarder les visages sur la toile ou de comprendre le sens de la chanson, il y a la MAÎTRISE TECHNIQUE suffisante pour produire un impact émotionnel. Avant qu'on ajoute le message ou le sens, il y a cette MAÎTRISE TECHNIQUE.

La MAÎTRISE TECHNIQUE se compose de chacune des petites et des grosses bribes de technique connues du peintre, du musicien, de l'acteur talentueux, de tout artiste. Il assemble ces bribes dans la charpente de son oeuvre ou de son spectacle. Il sait ce qu'il fait. Et comment le faire. Puis il ajoute à cela son message.

Tous les vieux maîtres ont cloué des toiles sur les cadres lorsqu'ils étaient apprentis, moulu le lapis-lazuli ou nettoyé des pinceaux avant d'arriver au Metropolitan.

Mais combien de pinceaux devez-vous nettoyer ? Assez pour savoir que des pinceaux propres donnent des couleurs propres. Combien d'anches de clarinette devez-vous remplacer ? Assez pour savoir lesquelles vous donneront un do aigu.

Derrière chaque artiste il y a la technique. Vous les voyez tâtonner, trouver, rejeter, perdre leur temps. Que cherchent-ils ? Un nouveau bleu ? Non, juste un bleu permanent d'une qualité suffisante.

Et vous voyez quelqu'un qui sait vraiment peindre être toujours en train de farfouiller, à la recherche de technique. C'est en faire beaucoup trop.

Quelque part, quelqu'un dit : « C'est la QUALITÉ TECHNIQUE suffisante pour produire un impact émotionnel. » Et c'est fini. Maintenant il PEUT. Donc il se consacre aux messages.

Si vous embrouillez ça ou le comprenez à l'envers, l'art n'a pas beaucoup de chance d'être bon. Si l'on débite des messages sans une onde porteuse de MAÎTRISE TECHNIQUE artistique, la première norme de nombreux spectateurs paraît être violée.

L'astuce, c'est d'être un technicien et de garder son feu personnel. Alors on peut exécuter rapidement des chefs-d'oeuvre à la vitesse de l'éclair. Et tous les grands artistes semblent avoir réussi cela. Et quand ils ont bifurqué sur un nouveau sentier, ils ont d'abord maîtrisé la technique, et puis ont fait surgir de grandes oeuvres.

Voilà une chose remarquable à propos de la maîtrise. Savez-vous que quelques artistes ne s'en sortent qu'avec une « maîtrise technique suffisante pour produire un impact émotionnel », sans message ? Ils ne s'en rendent peut-être pas compte. Mais c'est vrai.

Donc « la maîtrise technique adéquate » est assez importante pour être en soi de l'art. Ce n'est jamais du grand art. Mais elle produit un impact émotionnel par sa seule qualité.

Dans quelle mesure faut-il une maîtrise magistrale ? Pas très magistrale. Juste suffisante. Qu'est-ce que suffisant ? Eh bien, on sait que des personnes ont critiqué une histoire parce qu'elle contenait des erreurs typographiques. Et les histoires écrites par des novices s'étendent souvent sur des pages avant qu'un personnage apparaisse ou qu'une action ait lieu. Et on sait que des partitions ont été considérées comme ternes, simplement parce qu'elles n'étaient pas harmonisées de façon experte ou étaient dissonantes. Et on sait qu'un bel acteur n'a pas réussi car il n'a jamais su quoi faire de ses bras, malgré toutes ses déclamations tonitruantes enflammées des mots du Barde d'Avon.

Tout art exige une certaine maîtrise. Quand ceci est solidement acquis, la magie opère ! Presque tout le monde regardera ça et dira : « Ah ! » Car seule la qualité a un impact émotionnel. Que ce soit cubiste, dissonant ou sans rime n'a que très peu d'influence ; généralement, le type de forme artistique n'est pas un frein à l'attention du public quand la maîtrise suffisante pour produire un impact émotionnel s'y trouve, sous-jacente et exprimée.

Le message, c'est ce que le public pense voir ou entendre. La signification de la pièce, le grondement majestueux de la symphonie, le tac-tac-boum-boum du groupe pop actuel, est ce que les gens pensent percevoir. C'est ce qu'ils décriront d'habitude, ou ce qu'ils pensent admirer. Si cela leur parvient avec, à la base, une maîtrise technique capable de produire un impact émotionnel, ils trouveront cela génial. Et ça le sera !

On s'imagine l'artiste exalté dans quelque paradis spécial où tout est propre et où le labeur n'existe pas, les yeux mi-clos sous l'emprise de l'inspiration. Bon, peut-être qu'il l'est parfois. Mais tous ceux que j'ai vus avaient de l'encre dans les cheveux, ou une serviette à portée de la main pour s'éponger le front, ou tenaient à la main un vaporisateur pour la gorge afin d'atténuer la tension sur les cordes vocales après avoir dit leur texte vingt-deux fois au mur ou au chat. Je parle des grands. Les autres lambinaient et espéraient, et parlaient du producteur ou de l'injustice dont faisait preuve le propriétaire de la galerie d'art.

Les grands ont toujours travaillé pour obtenir la qualité technique requise. Quand ils l'avaient acquise, ils le savaient. Comment le savaient-ils ? Parce que c'était techniquement correct.

Vivre est en soi une forme d'art. On projette une image. Ça n'arrive pas par hasard. On doit savoir comment laver des chemises en nylon. Les femmes doivent savoir quel mascara ne coule pas et qu'un excès de sucrerie est mauvais pour la ligne, sans parler du pancréas.

Certaines personnes sont elles-mêmes des oeuvres d'art parce qu'elles ont maîtrisé les petites techniques pratiques du savoir-vivre qui leur donnent une qualité suffisante pour pro-

duire un impact émotionnel avant même que quiconque ne connaisse leur nom ou ce qu'elles font.

Même une barbe et un pantalon large demandent un certain art, s'ils sont censés posséder la maîtrise suffisante pour produire un impact émotionnel.

Et certains produits créent un impact mésémotionnel néfaste sans être pleinement observés. Et cette logique inversée (qu'illustrent de nombreux exemples, comme une chambre sale), vous montre alors qu'il pourrait exister une maîtrise opposée, en tant que telle, suffisante pour produire un impact émotionnel puissant mais désirable.

Voilà la qualité que doit posséder une oeuvre d'art. Lorsqu'on dispose de la maîtrise technique d'une forme d'art, on peut se consacrer au message. A moins que l'aspect professionnel n'existe en premier lieu, le message ne sera pas transmis.

Bon nombre d'artistes se surmènent pour obtenir une qualité bien supérieure à ce qui est nécessaire pour produire un impact émotionnel. Et bien d'autres encore tentent de débiter des messages au monde, sans la moindre maîtrise pour former l'onde porteuse vitale.

Alors, quelle qualité doit avoir une oeuvre artistique ?

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR

Repolycopier

N° 3 DE LA SÉRIE SUR L'ART

## L'ART DE SE TENIR SUR SCÈNE

Un comédien, un interprète ou un musicien devrait maîtriser « l'art de se tenir sur scène ».

Bien qu'il ne soit pas possible ici de fournir un article exhaustif sur le sujet, les principes de base qui suivent devraient suffire.

1. Fondamentalement, le but de l'interprète est la communication :
  - a. Pour communiquer, on doit avoir le R (réalité), c'est-à-dire qu'on doit être visible ;
  - b. Pour communiquer, on doit avoir le R de la présence d'un public auquel communiquer ;
  - c. On doit exprimer physiquement un degré d'affinité avec ou pour le public (on ne peut pas traiter un public avec mépris, par exemple) (un sourire continu n'est pas obligatoire ; une expression respectueuse ou amicale fait tout aussi bien l'affaire).

Si vous revoyez les points a, b, c, ci-dessus, vous constaterez que les principes fondamentaux de la façon de se comporter sur scène sont basés sur le triangle d'ARC. Presque toutes les autres choses dérivent de cela.

Il existe cependant certaines règles traditionnelles :

- I. Vous *acceptez* les applaudissements. C'est la contribution du public. Vous ne les interrompez pas. Vous y répondez en saluant, ou par d'autres gestes physiques. Mais vous les *acceptez*. Vous ne vous y dérobez pas ;
- II. Vous ne tournez jamais le dos au public. (Exception faite pour un acteur dans une pièce qui le requiert.) Vous vous retournez de façon à constamment faire face au public. Vous ne vous retournez pas dans l'autre sens, car vous leur tourneriez le dos ;
- III. Ne laissez jamais apparaître ni embarras ni trac, même si vous en ressentez. Forcez-vous à paraître physiquement à l'aise et à exprimer l'assurance ;
- IV. Si vous faites une erreur, passez outre aussitôt. Ne vous interrompez pas, n'attirez pas l'attention dessus ou n'ayez pas l'air perdu ou idiot. Passez outre et continuez ;

- V. Si vous ne savez pas quoi faire de vos mains ou de vos pieds, ne faites rien avec. Évitez de vous tortiller les pieds, les jambes, les mains ou les bras. Ne tripotez pas d'objet. Soyez assuré dans vos mouvements ;
- VI. Pendant les pauses ou les moments de silence, rappelez-vous que vous êtes encore sur scène et que vous devez toujours appliquer l'art de s'y tenir ;
- VII. Donnez toujours l'impression que vous contrôlez l'endroit et le public ;
- VIII. Ne laissez jamais votre assurance être ébranlée par quelque chose d'inattendu. Passez outre et remédiez-y ;
- IX. Un acteur DOMINE son public :
  - a. par sa communication,
  - b. par son art,
  - c. par sa perfection technique,
  - d. par sa tenue sur scène.

Ceci ne veut en rien dire qu'on ne peut pas faire le pitre, plaisanter, se donner un air supérieur ou même paraître austère. Ce sont les arts de la présence. Mais même en faisant cela, vous devez respecter la manière de se tenir sur scène.

Si durant son enfance, on a sans arrêt dit à quelqu'un de bien se tenir et qu'il supportait mal cela, il serait bon qu'il sache ce que l'on entend par « bien se tenir » :

Dans une culture, les bonnes manières (la bonne tenue) constituent le lubrifiant qui réduit les frictions dans les contacts sociaux.

L'art de se tenir sur scène est le moyen d'aplanir les problèmes de communication entre le public et l'acteur.

Ce qui caractérise le professionnel de la scène, juste après son art et sa maîtrise technique, c'est sa tenue irréprochable sur scène.

Tenez-vous debout devant un miroir sur pied (ou utilisez une cassette vidéo). Prenez les différentes poses de votre rôle. Acceptez gracieusement des applaudissements. Saluez gracieusement. Souriez aimablement. Riez. Soignez digne. Montrez de l'assurance. Prenez l'attitude qui convient pour un public qui n'applaudit pas. Surmontez des huées. Demandez plus d'applaudissements. Prenez les attitudes qui terminent votre représentation après les applaudissements. Acceptez une ovation debout. Déplorez de ne pas pouvoir jouer un bis. Apparaîtrez au début de la première partie d'une représentation. Prenez les attitudes et montrez l'assurance qui conviennent sur scène pendant une pause d'une minute entre deux numéros. Acceptez une plaque honorifique. Acceptez des fleurs. Continuez après une grosse bourde. Soyez respectueux du public. Changez l'attitude du public par la plaisanterie. Mettez en pratique chacune des neuf règles. ET LE TOUT SANS DIRE UN MOT. Faites-le avec ou sans mouvements physiques.

Lorsque vous saurez faire toutes ces choses, vous trouverez bien et vous sentirez à l'aise en les faisant, vous saurez en toute confiance que vous savez vous tenir sur scène.

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR





Repolycopier

N° 4 DE LA SÉRIE SUR L'ART

## LE RYTHME

RYTHME : tout type de mouvement caractérisé par la réapparition régulière d'éléments forts et d'éléments faibles. Le rythme est le flux régulier et répété, le flux et le reflux des sons et des mouvements dans le discours, la musique, la langue écrite, la danse et autres activités physiques. Le mot *mètre* signifie fondamentalement *mesure*. C'est un système de mesure de la réapparition ou du va-et-vient d'une longueur, d'un battement ou d'un temps (beat) ou d'un type de vers, en poésie et en musique.

### LES TYPES DE RYTHME EN MUSIQUE

Il existe SIX types distincts de rythme en musique :

LE RYTHME RÉGULIER : le temps est accentué (marqué) à intervalles réguliers.

LE RYTHME SYNCOPÉ : les temps forts sont entrecoupés de contretemps à intervalles réguliers ou irréguliers.

LE RYTHME ARRÊTÉ : dans un rythme arrêté, il y a des arrêts nets et réguliers du flux de la mélodie, mais tous les temps sont là. Ils sont simplement suspendus pour un laps de temps et ce de manière régulière. (Le terme vient du domaine de la chorégraphie ; un danseur de claquettes marque les temps pendant les arrêts.)

LE RYTHME ACCENTUÉ : un ou plusieurs temps d'une mesure sont plus fortement marqués ou accentués. Dans un rythme, on peut marquer l'accent par le volume, la durée, la hauteur ou le timbre.

TEMPS OMIS : un ou plusieurs temps sont régulièrement omis dans une mesure. Il faudra peut-être compter les temps sur deux ou plusieurs mesures pour que l'omission revienne régulièrement (musique Soul, Motown).

TEMPS AJOUTÉ : des temps forts ou, plus communément, des temps faibles supplémentaires sont ajoutés au rythme, d'une façon régulière ou irrégulière (bongos, congas, etc.).

### EMPLOI

Tous les rythmes sans exception se composent de l'un ou de plusieurs des six rythmes de base ci-dessus. En utilisant un, deux ou plusieurs de ces rythmes, on peut créer des motifs rythmiques complexes.

## RÉPÉTITION

Le rythme est rythme du fait de la répétition.

## OSMOSE

OSMOSE : Relation, plus précisément lorsqu'elle est empreinte de confiance ou d'affinité mutuelle.

Il y a une différence entre un public en osmose et un public de spectateurs.

Un public en osmose PARTICIPE, dans une mesure plus ou moins grande, à la prestation de l'interprète ou de l'artiste, à l'oeuvre d'art, souvent par des manifestations vocales ou par des mouvements.

On obtient cette participation par le fait que :

1. Le public est sûr que le rythme se reproduira à intervalles réguliers ;
2. Il est capable de prédire quand il se reproduira ;
3. Comme le rythme est prévisible, un accord se forme ;
4. L'on permet au public de « remplir les blancs » ou d'ajouter les significations. En omettant régulièrement un temps, une étape ou une explication complète, on amène le public à remplir, de lui-même, ces blancs, ce qui l'entraîne à participer physiquement ou mentalement.

## LE RYTHME

Toute vie est une pulsation répétitive, ainsi qu'un flux et reflux de mouvement.

La vie devient difficile quand on ne peut pas en prédire le rythme. L'angoisse s'installe. C'est un soulagement que de participer à un rythme prévisible dans une forme d'art. C'est rassurant et sans danger. Si le rythme est excitant, l'oeuvre vous transporte. Donc le fait de participer à un rythme prévisible est synonyme de plaisir et même de joie.

## IMPACT

Lorsqu'on change de rythme en plein milieu d'une oeuvre, on « donne tort » à la personne, car elle avait prédit le rythme et sa prédiction s'est révélée erronée. Donc elle a eu tort. Lorsque le rythme initial revient, on donne de nouveau raison à la personne.

Un nouveau rythme capte l'attention. S'il reçoit l'accord du public et qu'il se reproduit, il obtiendra sa participation.

## LES FORMES D'ART

Bien que j'aie adopté le point de vue du musicien pour rédiger les données qui précèdent, elles s'appliquent à toutes les formes d'art.

Même la prose a un rythme.

Les rythmes ne sont pas tous agréables ou acceptables.

Il y a mille et une façons d'appliquer ces observations sur le rythme. Par exemple, on peut commencer avec un rythme détestable et exploiter la désapprobation du public pour créer un impact, puis le transformer en un rythme attrayant.

Comme la vie elle-même traverse le temps, et que le temps est répétition, certains rythmes sont trop plats pour capter l'attention.

Par conséquent, dans les formes d'art, le rythme doit ralentir, accélérer ou modifier les rythmes prévisibles de la vie quotidienne afin de capter l'attention.

Le rythme peut calmer, apaiser, enflammer ou stimuler, bref, nous entraîner sur n'importe quel point de l'échelle des tons émotionnels.

Un rythme qui se trouve à un demi-ton ou un ton au-dessous du rythme ordinaire de la vie déprimera et dégradera l'auditoire.

Un rythme qui se trouve un demi-ton ou un ton au-dessus du rythme ordinaire de la vie dominera et éveillera l'intérêt.

Le rythme et son expression constituent l'élément clé, fondamental, de toutes les formes d'art.

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR



HUBBARD COMMUNICATIONS OFFICE  
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex  
BULLETIN DU HCO DU 26 SEPTEMBRE 1977R  
RÉVISÉ LE 30 DÉCEMBRE 1979

Repolycopier

N° 5R DE LA SÉRIE SUR L'ART

## L'ART ET LA COMMUNICATION

Lorsqu'une oeuvre, une peinture, de la musique ou toute autre forme, permet une communication réciproque, c'est vraiment de l'art.

De temps à autre on entend des critiques à l'égard d'un artiste dont l'oeuvre est trop « littérale » ou trop « banale ». Mais on a rarement, voire jamais, entendu une définition de « littéral » ou de « banal ». De nombreux artistes restent bloqués là-dessus, protestant contre cela. Certaines écoles d'avant-garde s'égarent complètement en évitant tout aspect « littéral » ou « banal »... et réussissent ainsi à rompre totalement la communication !

Le flux que *renvoie* la personne en regardant une oeuvre serait sa contribution.

L'art véritable suscite toujours une contribution de la part de qui le contemple, qui l'écoute ou qui en fait l'expérience. Par contribution, on entend « y ajouter quelque chose ».

Une illustration est « littérale » car elle montre tout ce qu'il y a à savoir. Disons que l'illustration représente un tigre s'approchant d'une fille enchaînée. Le degré de qualité d'exécution de la peinture n'a pas vraiment d'importance ; elle reste une illustration et elle EST littérale. Mais maintenant, prenons une petite partie de la scène et agrandissons-la. Prenons par exemple la tête du tigre avec son oeil mauvais et ses crocs. Tout à coup, nous n'avons plus une illustration. Elle n'est plus « littérale ». Et la raison en est que celui qui la regarde peut faire concorder cette expression avec ses propres concepts, idées ou expériences : il peut fournir la raison de cette gueule menaçante, comparer la tête à celle de quelqu'un qu'il connaît. En résumé, il peut apporter sa CONTRIBUTION à la tête.

Le niveau de compétence dans l'exécution de la tête détermine le degré de réponse qu'obtiendra l'oeuvre.

C'est de l'art, parce que la personne qui regarde l'image peut y contribuer.

Dans le domaine de la musique, l'auditeur peut participer avec ses émotions ou ses mouvements. Et même si la musique ne consiste qu'en un unique son de tambour, c'est vraiment de l'art si cela suscite une contribution sous forme d'émotion ou de mouvement.

L'oeuvre qui donne beaucoup et obtient peu ou rien en retour n'est pas de l'art.

La mélodie « banale » ou ressassée, la forme trop évidente génère peu, voire pas de contribution de la part du spectateur. L'oeuvre trop confuse ou trop médiocrement exécutée peut ne pas obtenir de contribution.

Par la même occasion, on peut se demander si une photographie parviendra un jour à être de l'art - une polémique qui fait rage depuis un siècle ou plus. On pourrait répondre qu'il

est difficile de trancher, car l'on doit déterminer à quel point le photographe a contribué à la « réalité » ou à l'aspect « littéral » qui se trouve devant son appareil photo, et comment il les a interprétés. Mais la question consiste vraiment à savoir si cette photographie suscite ou non une contribution chez l'observateur. Si tel est le cas, c'est de l'art.

L'innovation joue un grand rôle dans toute oeuvre susceptible de devenir de l'art. Mais même ceci peut aller trop loin. L'originalité peut être telle que les spectateurs n'y comprennent plus rien. On peut être original au point de dépasser entièrement les limites de l'accord du public. Cela se produit parfois, soupçonne-t-on, lorsqu'on n'a pas effectué le travail nécessaire pour exécuter l'oeuvre. Dans ce cas, différentes excuses apparaissent, la plus mauvaise de toutes étant « l'autosatisfaction » de l'artiste. On a tout à fait le droit de communiquer avec soi-même. Mais dans ce cas, on ne peut pas prétendre qu'il s'agit d'art si cela ne communique rien à quiconque et qu'aucune communication de la part d'autrui n'est possible.

Le troisième flux, celui de gens parlant entre eux d'une oeuvre, peut aussi être considéré comme une communication. Lorsque cela se produit, c'est une contribution valable car elle fait connaître l'oeuvre.

On peut considérer les attitudes destructrices à l'égard d'une oeuvre comme un refus d'y contribuer. Certaines créations, choquantes ou bizarres au point de susciter des protestations, peuvent de ce fait s'attirer une certaine réputation et bousculer les choses. Mais si elles rencontrent un trop large refus de contribuer, elles tendent à se discréditer en tant qu'art.

Il existe aussi la question des opinions divisées à propos d'une oeuvre. Certains y contribuent, d'autres refusent. Dans de tels cas, on doit examiner qui accepte et qui refuse d'y contribuer. On peut dire alors que c'est une oeuvre d'art pour ceux qui y contribuent et que ce n'en est pas une pour ceux qui refusent d'y contribuer.

La critique est une sorte d'indice du degré de contribution. Il y a, en gros, deux genres de critiques : l'une pourrait s'appeler la « critique invalidante », et l'autre la « critique constructive ».

La critique invalidante est bien trop répandue dans le domaine des arts, car il existe des choses telles que le « goût personnel », les critères contemporains et même, hélas, l'envie ou la jalousie. Trop souvent, la critique n'est qu'un refus individuel d'apporter sa contribution. On pourrait aussi dire que « ceux qui critiquent de façon destructive ne savent pas faire ».

La « critique constructive » est une expression souvent utilisée mais rarement définie. Mais elle a son utilité. On pourrait sans doute mieux la définir ainsi : critique qui « indique une meilleure façon de faire », du moins selon l'avis du critique. Ceux qui trouvent simplement à redire sans jamais suggérer de moyen pratique de faire mieux, perdent quelque peu leur droit à la critique.

L'art est probablement le moins codifié et le moins organisé de tous les domaines. Par conséquent, il possède le plus grand nombre « d'autorités en la matière ». D'ordinaire, on ne demande rien d'une « autorité », sauf de dire ce qui est bien, mal, bon, mauvais, acceptable ou inacceptable. Trop souvent, la seule qualification d'une autorité (par exemple, dans l'enseignement médiocre de certains sujets), consiste à avoir mémorisé une liste d'objets et le nom de leur créateur, des dates, ainsi qu'une vague idée de ce qu'était l'oeuvre. Une « autorité » pourrait grandement améliorer son statut en utilisant des définitions de termes plus préci-

ses. La tendance moderne qui consiste à chercher la signification de ce que l'artiste a voulu dire, ne risque évidemment pas de faire beaucoup avancer le domaine des arts.

Observer l'art et en faire l'expérience d'après la contribution que nous-mêmes et les autres y fournissons est une approche efficace. Il en résultera un art et une appréciation meilleurs.

Il est intéressant de noter qu'un tel point de vue inclut dans le domaine de l'art des choses qui n'étaient pas considérées y appartenir jusqu'alors.

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR





HUBBARD COMMUNICATIONS OFFICE  
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex  
BULLETIN DU HCO DU 4 MARS 1979R  
RÉVISÉ LE 30 DÉCEMBRE 1979

(Révisions dans ce caractère de lettres)

Repolycopier

N° 6R DE LA SÉRIE SUR L'ART

## **LES LOIS FONDAMENTALES DANS L'ART**

Chacun des domaines de la création artistique, pris séparément, a des règles fondamentales qui lui sont propres. Ceci inclut la littérature, la peinture, l'éclairage, la prise de vue, les costumes, les décors, le marketing, la prise de son, le mixage, chacun des secteurs qui apportent sa contribution à la création d'une oeuvre d'art.

Chacun de ces sujets a des données stables de base qui le régissent. On les trouve dans les ouvrages qui traitent de ces sujets.

Ce sont les règles, les données stables, les données fondamentales inhérentes à ces sujets.

Nous adhérons aux règles parce qu'elles permettent de créer l'impact, l'effet et le message. Nous ne suivons pas les règles parce qu'on nous dit de le faire. Nous y adhérons pour obtenir un produit efficace et qui crée l'effet désiré.

Celui qui pense que suivre les règles n'est qu'une idée bizarre devrait recevoir une clarification du produit, formulaire court, car il se trouve que la valeur du produit est étroitement liée aux règles.

Fabriquer de la camelote est à la portée de n'importe quel amateur. Mais qui y portera un quelconque intérêt ? Qui aura envie de la regarder même si on le paye pour ça ?

Pour combler le fossé qui sépare une camelote d'amateur d'un produit digne de ce nom, il faut connaître et suivre les règles de base et les appliquer d'une manière experte. Ajoutez à cela une habile utilisation du matériel et de l'équipement puis ajoutez-y un peu d'expérience, et vous avez un professionnel.

Rajoutez un zeste de bon sens et de talent, et vous avez un crack.

Soyez professionnel dans tout ce que vous faites. Le mot de la fin reviendra à l'impact de votre produit sur le public et sur ceux à qui il est destiné.

Donc, quelle que soit votre spécialité, il vous faut dégager les données fondamentales - les règles - et les connaître sur le bout des doigts, afin de pouvoir oeuvrer avec sans avoir à y réfléchir.

Vous êtes-vous jamais rendu compte que chacun de ces domaines ne comporte pas plus d'une ou deux douzaines de ces règles ?

A=A=A, voilà comment la plupart des gens traitent les données. Il se trouve pourtant que certains de ces « A » ont mille fois plus d'importance que d'autres données. Si vous connaissez ces données et que vous parvenez à les dégager, vous avez des chances de devenir un professionnel. Et si vous les avez extirpées et que vous pouvez oeuvrer avec, et si, en plus, vous avez une bonne maîtrise de votre matériel et de votre équipement, les pros de la profession vous reconnaîtront comme l'un des leurs ; mais, plus important encore, votre *spécialité* communiquera.

Si vous négligez les données ci-dessus, vous ne serez pas en communication avec votre *spécialité*, non seulement avec votre spécialité, mais avec chaque personne du public, les enfants y compris, qu'ils connaissent les règles ou non.

Soyez professionnel dans tout ce que vous faites.

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR

Repolycopier

N° 7 DE LA SÉRIE SUR L'ART

## **CE QUI DISTINGUE LES BEAUX-ARTS DE L'ILLUSTRATION**

La divergence entre les beaux-arts et l'illustration tient au fait que les beaux-arts permettent à « celui qui regarde » de contribuer à ce qui lui est présenté par le biais de ses propres interprétations ou originations, alors que l'illustration, « trop littérale », dit tout ce qu'il y a à dire.

Pour susciter une émotion dans le domaine des beaux-arts, il faut que le spectateur soit incité à apporter, en contribution, une partie de la signification de l'oeuvre.

Par une affiche, on cherche, la plupart du temps, à assener un message à la personne qui regarde.

Par une illustration, on cherche à informer la personne qui regarde.

Dans le domaine des beaux-arts, une oeuvre peut susciter des contributions émotionnelles totalement différentes d'un spectateur à l'autre, car on laisse place à une certaine liberté afin qu'il contribue par la signification ou l'émotion de son choix.

Dans le domaine des beaux-arts, celui qui regarde doit apporter quelque chose à l'oeuvre pour qu'elle lui paraisse achevée.

Les beaux-arts font vibrer une corde dans la nature ou le passé du spectateur.

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR



HUBBARD COMMUNICATIONS OFFICE  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX  
BULLETIN DU HCO DU 10 JUIN 1979

Repolycopier

N° 8 DE LA SÉRIE SUR L'ART

**UN PROFESSIONNEL**

Réf. : HCOB 4 mars 79      LES LOIS FONDAMENTALES DANS L'ART

N° 6 de la Série sur l'Art

Un professionnel est quelqu'un qui peut réaliser un produit de haute qualité. Un professionnel n'est pas un spectateur, et lorsqu'il regarde quelque chose, il recherche ce qu'il y a de bien et ignore ce qui est médiocre et de mauvaise qualité. S'il agit ainsi, c'est pour se faire sa scène idéale. Sans scène idéale, il n'opère qu'en fonction des données techniques et ne crée, sur le plan artistique, qu'un produit de mauvaise qualité et n'est pas un professionnel. Sans scène idéale, il ne peut jamais préconcevoir ce que sera la prise de vue.

Lorsqu'il observe des choses qui s'approchent d'une scène idéale, le vrai professionnel cherche à comprendre comment elles ont été faites et lorsque, à son tour, il doit réaliser des tâches similaires, il peut accomplir des choses qui sont proches d'une scène idéale dans son propre travail.

Un autre facteur distingue un spectateur d'un professionnel : le professionnel ne se préoccupe que de la façon d'obtenir un vrai produit. Il ne lui vient jamais à l'esprit d'être simplement là en touriste ou qu'il suffit d'être un « expert ». Le spectateur n'a pas la moindre idée de ce que peut vouloir dire « sortir un produit »

Le professionnel a tellement bien intégré les règles du jeu et les applique de manière tellement systématique, qu'il peut les dépasser et parvenir à un art de haute qualité.

Quand une personne se contente de regarder chaque chose sous l'angle de « j'aime » ou « je n'aime pas », il n'est qu'un spectateur et se trouve du mauvais côté de la rampe.

Cela s'applique à un écrivain, à un metteur en scène, à un acteur, à un cameraman, à un maquilleur, à un accessoiriste, à un costumier, à un producteur, à un artiste, à tout professionnel.

Sans un tel point de vue, il n'enregistre jamais de scènes idéales ; comment pourrait-il alors produire quoi que ce soit de bien ? Il n'a, en mémoire, aucun élément de référence auquel comparer ses produits.

Soyez professionnel.

L. RON HUBBARD



Repolycopier

N° 9 DE LA SÉRIE SUR L'ART

## **SÉRIE SUR L'ART NO 9**

Qu'il s'agisse d'un montage, du tournage d'un plan ou d'une oeuvre d'art, il vous faut, pour que ce soit parlant :

1. Déterminer quel est votre message ;
2. Décider de communiquer le message ;
3. Intégrer des éléments ou des combinaisons d'éléments qui contribuent au message ;
4. Enlever ou exclure les éléments ou les combinaisons d'éléments qui n'y contribuent pas.

Il est utile également de savoir ce que l'on entend par « message ». (Définition de message : une communication unitaire d'une signification.)

Il est utile également de connaître la définition du mot « montage » qui est :

assemblage de plans pour faire passer UN message.

Vous devez aussi savoir ce que l'on entend par « plan » et comprendre qu'un plan très court ou une vision fugitive de quelque chose n'est qu'une touche visuelle ou quelques photographies, par opposition à une scène ou à une « visualisation », et qu'il manque un terme dans le vocabulaire pour désigner ce concept.

Une scène est une visualisation avec un message qui lui est propre.

Un plan peut montrer n'importe quoi, mais il n'a pas de message qui lui est propre et n'est pas parlant à moins d'être associé à d'autres plans ou à d'autres scènes.

On doit également savoir ce que sont une séquence et une séquence-action.

Une séquence est une série de scènes liées par un lieu ou le sujet traité. Dans un film ou dans un roman-photo, c'est un peu l'équivalent d'un chapitre dans un livre.

Une séquence-action est souvent découpée en une succession de scènes courtes pour donner une impression de mouvement rapide. Une séquence-action n'a rien d'un montage, car chacune de ses visualisations est une scène en soi et a, par conséquent, son propre message.

Chaque plan d'un montage, pris isolément, ne veut pas dire grand-chose, mais une fois assemblés, ils contribuent à un même message.

Si l'on confond séquence-action et montage, ou plan d'un montage et scène, on obtient très peu de réaction de la part du public, alors qu'après tout, c'est le but du jeu.

Faire les choses pour sa satisfaction personnelle, c'est bon pour les professeurs incapables.

Toutes ces données viennent se placer sous la rubrique « intégration ». L'intégration, c'est assembler des choses similaires.

Si vous essayez d'assembler des choses complètement dissemblables, qui n'ont aucun rapport entre elles, il n'y a pas d'intégration et il n'y a pas d'art. Le résultat, c'est le chaos.

Le principe de l'intégration s'applique à la mise en forme finale et à la composition, dans tous les domaines.

Les points 1, 2, 3 et 4 ci-dessus constituent la formule qui permet d'obtenir une communication artistique claire et esthétique.

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR



HUBBARD COMMUNICATIONS OFFICE  
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex  
BULLETIN DU HCO DU 25 AOÛT 1982

Repolycopier

N° 10 DE LA SÉRIE SUR L'ART

**LA JOIE DE CRÉER**

Efforcez-vous de sourire et bientôt vous cesserez d'avoir l'air sombre.

Forcez-vous à rire et bientôt vous trouverez de quoi rire.

Faites naître en vous l'enthousiasme et bientôt c'est ainsi que vous vous sentirez.

Un être crée ses propres sentiments.

La plus grande joie qui soit dans la vie c'est de créer.

Alors créez à profusion !

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR



Reronéotyper

*N° 11 de la série sur l'art*

**POINT DE VUE SUR L'ART**

Il existe une aptitude que doit absolument posséder toute personne qui travaille dans le domaine des arts - littérature, musique, peinture, montage de films, mixage ; bref, toutes les branches de l'art.

C'est l'aptitude, innée ou acquise, à examiner une œuvre dans une nouvelle unité de temps, chaque fois qu'on l'examine. On doit être capable de mettre de côté toutes ses considérations passées sur une œuvre qui a été changée entre temps ou qu'on est en train de changer, et l'examiner ou l'écouter dans une nouvelle unité de temps, comme si on ne l'avait jamais vue ou entendue.

En procédant ainsi, vous voyez ou vous entendez l'œuvre qui est *là*, dans le présent, non pas vos considérations passées concernant cette œuvre.

Ce que vous devez être capable de faire ici, c'est simplement examiner ou écouter une œuvre dans une nouvelle unité de temps, comme si vous ne l'aviez jamais vue ou entendue.

Il n'y a que de cette façon que vous pourrez vraiment comprendre ce que vous avez devant vous. Si vous ne procédez pas de cette façon, vous allez voir ou entendre à moitié, par le biais de la mémoire, ce que vous aviez vu ou entendu dans le passé, et vous allez mélanger passé et présent.

Si vous parvenez à maîtriser cette aptitude, vous serez en mesure de présenter quelque chose de sublime. Mais si vous n'avez pas cette aptitude, vous vous retrouverez très souvent avec une atrocité.

Par exemple, certains peintres vont recommencer un tableau un nombre incalculable de fois et se retrouver avec une toile épaisse de plusieurs centimètres, alors que quelques-unes des versions précédentes étaient probablement tout à fait acceptables. Mais ce peintre a sans cesse cherché à corriger ses premières impressions, alors qu'elles appartiennent au passé. Et parce qu'il n'examine pas son tableau dans une nouvelle unité de temps, comme s'il ne l'avait jamais vu, il est incapable de se faire une idée correcte de ce qu'il a sous les yeux.

Certains peintres et certains illustrateurs ont un truc. Ils regardent leur tableau dans un miroir. Comme il est à l'envers, ils le voient d'un œil nouveau.

Il y a un autre truc : regarder son tableau à travers un verre réducteur (comme quand on regarde un paysage par le mauvais bout d'une longue-vue). Cela ramène le tableau, mettons, à la dimension qu'il aura sur la page imprimée. C'est fou ce que ça peut changer un tableau. D'un autre côté, un petit tableau, lorsqu'il est agrandi, peut paraître tout à fait extraordinaire, alors qu'il semblait moche au départ. Mais en fait, là nous parlons du changement de format, pas de l'aptitude à examiner quelque chose dans une nouvelle unité de temps. Et cette aptitude est vitale.

Un artiste (quel que soit le domaine dans lequel il travaille) qui ne possède pas cette aptitude ne saura jamais vraiment quand son œuvre est achevée. Et il peut souvent se forger une opinion erronée de son œuvre, alors que plus rien ne le justifie.

## LE PUBLIC

Il y a une autre aptitude à acquérir dans le domaine du voir et de l'entendre : être capable de prendre le point de vue du public auquel l'œuvre est destinée.

Certaines écoles, qui « enseignent » diverses formes d'art, mais qui en fait cherchent secrètement à détruire l'avenir de l'étudiant, répètent sans cesse que « l'autosatisfaction » est le but suprême de toute personne désirant s'engager dans une quelconque voie artistique. C'est vrai, on éprouve beaucoup d'autosatisfaction lorsqu'on produit une œuvre de qualité. Mais affirmer qu'on devient artiste dans le seul but de satisfaire son égo, c'est attribuer une importance exagérée à la première dynamique et c'est vouer l'artiste ou le technicien à l'échec. C'est de la pure foutaise et c'est une sorte d'excuse vaseuse destinée à justifier l'absence de succès.

Cette donnée fausse peut plonger dans la confusion des artistes et des techniciens qui, autrement, réussiraient très bien. Car elle leur fait perdre de vue le facteur qui assurerait leur succès : le public.

Il est absolument vital qu'un artiste, quel qu'il soit, soit capable de prendre le point de vue du public qui recevra son œuvre.

On doit être capable de regarder ou d'écouter son produit en prenant le point de vue du public.

On peut bien sûr (et on doit) le regarder de son propre point de vue. Mais on doit aussi être capable de changer de place et de le regarder ou de l'écouter en prenant le point de vue du public.

Il y a pour cela quelques trucs. L'un d'eux consiste à recueillir les « bruits de couloir » : après un spectacle, une exposition, une séance de cinéma ou un récital, etc. (pas forcément le vôtre), vous vous mêlez aux gens qui viennent d'assister au spectacle ou vous envoyez quelqu'un recueillir ce qu'ils disent. Ce n'est pas vraiment vital. En fait, ça n'a rien de sorcier de prendre le point de vue d'un public qu'on n'a jamais vu. Vous le faites, un point c'est tout.

Un ingénieur du son, après le mixage, fait souvent un test supplémentaire. Mais c'est parce que ce qu'il a mixé sur son matériel super cher et hyper sophistiqué n'est pas ce que le public entendra. Donc, il se procure un petit haut-parleur de magnéto à cassettes made in Taïwan ou un tweeter de transistor au bazar du coin, et là-dessus, il écoute ce qu'il vient de mixer. Ça lui dit ce que le public entendra. Mais c'est juste un problème technique, car, en fait, des hauts-parleurs ou des casques d'excellente qualité supporteront probablement très bien les distorsions dues au mix, alors que les hauts-parleurs à quatre sous vont éclater. Donc, l'ingénieur du son va corriger le mix, mais sans le massacrer, de façon à ce qu'il passe sur un haut-parleur bon marché. C'est en quelque sorte une façon mécanique de prendre le point de vue du public. Mais ce sont des facteurs techniques qui rendent cette action nécessaire.

À la vérité, l'ingénieur du son ne mixe pas pour corriger des « défauts », mais pour présenter au public un produit d'une qualité optimale. Pour savoir quand il tient un produit optimal, il doit prendre le point de vue du public.

Quel que soit le domaine artistique dans lequel vous travaillez, vous devez être capable de prendre un autre point de vue que le vôtre et d'assumer celui de la personne qui regardera ou écoutera votre œuvre. Et cela s'étend au public.

## RÉSUMÉ

Deux aptitudes séparent le professionnel de l'amateur ou du roi de la bourde. On doit, à tout moment, être capable de regarder ou d'écouter dans une nouvelle unité de temps quelque chose auquel on travaille. Et on doit être capable de regarder ou d'écouter son produit en prenant le point de

vue du public.

Autrement dit, le super professionnel n'a aucun mal à se déplacer dans le temps, ne reste pas coincé dans le passé et trouve facile d'occuper des espaces.

Il n'y a aucune raison de rester coincé sur le time track ou dans son propre espace. En vérité, la plupart du temps, il vous suffit de prendre conscience que ces aptitudes peuvent exister pour que vous les acquériez.

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR



HUBBARD COMMUNICATIONS OFFICE  
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex  
BULLETIN DU HCO DU 8 OCTOBRE 1964

(Également publié comme HCO PL, même date, même titre.)

Repolycopier

N° 12 DE LA SÉRIE SUR L'ART

## LA PRÉSENTATION D'UNE CRÉATION ARTISTIQUE

(Republié le 28 janvier 1984 pour être ajouté à la Série sur l'art.)

Depuis quelque temps, dans certains secteurs de la Scientologie, nous avons un problème. Il y a parfois des coquilles dans les magazines, les livres sont souvent d'apparence minable, on utilise des magnétophones bas de gamme pour faire écouter les bandes au public, etc. Dans certains secteurs, nous faisons de l'excellent travail, mais il y en a beaucoup où ce n'est pas le cas.

J'étudie la question depuis quelque temps et je viens juste de comprendre ce qui se passe.

Nous vivons dans un monde de machines. Tout le blabla insipide de la télé et des journaux a pour but de réduire l'effort. Il semblerait que le but fondamental de la civilisation dans laquelle nous vivons soit de réduire tout effort personnel à zéro.

Plus la quantité d'effort qu'un être est capable de confronter est faible, plus il devient effet de l'effort.

Si vous réduisez à zéro l'effort que l'homme doit produire, vous ferez aussi s'effondrer son bank sur lui.

La tendance moderne du « Te fatigue pas » va de pair avec la tendance moderne à l'augmentation du pourcentage de malades mentaux dans la société.

Plus une personne est détraquée, moins elle accomplit ou fait de choses.

Nous vivons donc dans un monde qui est conçu pour mener l'homme à la folie.

Mais, plus spécifiquement en ce qui nous concerne, nous souffrons d'une incitation constante à « choisir la facilité ». « Suivez la loi du moindre effort. » Nous observons surtout ce phénomène dans le domaine de l'industrie. Plus c'est facile, moins ça coûte cher, plus c'est rentable.

Et c'est ainsi qu'on en arrive à « Choisissez la facilité ».

Il se peut que ce soit valable quand on fabrique des cuillers dans un but lucratif, mais cela ne s'applique certainement pas à la présentation.

Le monde des arts est aux antipodes de la philosophie de l'industriel ou de l'homme d'affaires.

L'art cherche à créer un effet. Un effet ne s'obtient pas toujours par la facilité. De fait, les meilleurs effets sont très difficiles à réaliser.

On peut tellement se laisser aller à créer des effets faciles qu'on échoue complètement.

Par exemple, dans une foire régionale, il y a une douzaine de gâteaux en compétition. Le gâteau qui remporte le prix n'est pas celui qui a été le plus facile à confectionner. Certes, il se peut que la gagnante ait eu recours à quelques petits trucs qui lui en ont facilité la préparation. Mais ce qu'elle a apporté en fait, c'est ce petit plus d'attention, de soin, qui a fait que son gâteau était parfaitement réussi.

Ce qui fait le professionnel, ce n'est ni la chance ni la magie. C'est le savoir-faire durement acquis minutieusement appliqué.

Le vrai professionnel peut donner l'impression de faire les choses avec une grande aisance, mais en fait, il s'attache à faire chaque petit détail comme il se doit.

Chez le gagnant, c'est devenu instinctif. Le perdant, lui, n'arrive que rarement à saisir le concept « Fais-le comme il faut ».

Une création artistique a toujours du succès dans la mesure où elle est bien faite.

Qu'elle ait été facile à réaliser ou non est entièrement secondaire.

Quand il s'agit de présenter quelque chose, de concrétiser des mock-ups, il n'existe qu'une seule ligne de conduite : apporter le soin nécessaire pour faire un bon travail.

Dans le monde des affaires et de l'industrie, la ligne de conduite qui prévaut c'est « comment le faire facilement ».

Ces deux philosophies sont en totale opposition.

La publicité, les leaders syndicaux, les socialistes nous rabâchent quotidiennement que, dans la vie, le but suprême, c'est TOUT FAIRE AU MOINDRE EFFORT.

Travaillez le moins possible pour un salaire maximum. Achetez la machine automatique qui vous abîmera un maximum de vêtements en un minimum de temps. Prenez la toiture la plus rapide à poser et qui est la moins étanche. Votez pour Lapoisie qui donnera à manger à tout le monde sans que personne n'ait besoin de travailler. Ne faites rien vous-même. Faites tout faire par la Société de comptabilité Embrouille... ou par votre collègue de travail.

Que cela rende les gens totalement dépendants des gadgets, totalement esclaves d'une confusion économique grandissante et que l'avenir réservé à la prochaine génération soit celui d'un asservissement total à des gus comme le commissaire Avozordchev, on s'en moque éperdument. Et l'on passe sous silence qu'il y a moins de deux siècles, nous vivions très bien, que nos constructions étaient plus solides et que nous étions en bien meilleur état sans toute cette publicité, tous ces appareils et tous ces commissaires.

Les solutions de l'homme le mènent tout droit à l'extinction. Et tout cela à cause du slogan « N'te fatigue pas ».

La situation s'est tellement dégradée que les gens se déchargent de toutes les responsabilités qu'ils ont envers l'État, envers leurs amis, envers tout et n'importe quoi. « Personne n'en a rien à faire », c'est là l'épithète qu'aucun ne prendra la peine d'inscrire sur la tombe de cette civilisation.



Comprenez-le bien, il ne s'agit pas d'un réquisitoire contre l'automatisation, les gadgets ou la machine à caresser les chats garantie anti-microbes.

Utilisez tous les gadgets que vous voulez, à condition qu'ils fonctionnent vraiment quand vous vous en servez et qu'ils ne vous fassent pas perdre tout votre temps à gagner ce qu'ils vous ont coûté ou à réparer leurs défauts de fabrication.

Non, ce que j'ai en tête, c'est simplement ceci : que votre niveau d'action reste supérieur à votre niveau de gadgétisation.

Restez au-dessus de l'automatisation. Restez au-dessus de « On va le faire à ta place ». N'abdiquez pas en faisant faire tout votre travail par une machine ou par un collègue.

Si vous disposez de matériel ou de machines, vous avez deux solutions : a) vous en servir pour produire davantage d'effets, ou b) vous en débarrasser.

Mais ce qu'il faut que vous réalisiez avant tout, lorsque vous présentez quelque chose, que vous essayez de concrétiser des mock-ups, c'est que la façon la meilleure n'est pas toujours la plus facile. La façon la meilleure, c'est toujours la plus efficace.

Il vous faut, tout d'abord, définir l'effet que vous essayez de produire. Une fois que vous l'avez bien cerné, et à ce moment-là seulement, envisagez le moyen le plus facile pour y arriver. Et n'envisagez jamais le moyen le plus facile s'il est moins efficace.

L'art requiert ce petit plus, cette attention particulière, ce petit effort supplémentaire pour que ce soit de l'art qui touche.

Il n'existe pas de moyen totalement facile de créer un effet désiré.

Le jour où vous renoncez à certaines de vos idées quant à l'effet que vous voulez créer, eh bien, ce jour-là, vous devenez un peu plus vieux, un peu plus faible et un peu moins sain d'esprit.

Donc, ne souscrivez pas à la facilité. Ne choisissez que le moyen efficace. Si vous pouvez en simplifier certains points, tant mieux. Sinon relevez vos manches.

Si vous comprenez ce qui précède, alors vous pourrez échapper au piège gigantesque d'une société qui adhère massivement au but : « Rien ne doit jamais être fait que par une machine ou par quelqu'un d'autre. »

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR



Reronéotyper  
Dir de la Promo  
Casquettes de Marketing

*N° 13 de la série sur l'art*

**LA PERSPECTIVE**

Le sujet de la perspective s'applique à la réalisation de films, à la photographie, ainsi qu'à l'art et à la composition graphique.

Perspective signifie : l'art de communiquer l'impression de profondeur et de distance ; représenter des scènes telles qu'elles sont vues par l'œil en dessinant correctement les lignes, les ombres, etc. (Funk and Wagnall's Standard Dictionary of the English Language, International Edition.)

Voici les huit types de perspective :

1. La profondeur par perspective aérienne. Les endroits éloignés deviennent flous ; les endroits proches deviennent nets.
2. La profondeur par la couleur. Les couleurs chaudes semblent s'avancer, tandis que les couleurs froides semblent s'éloigner de l'observateur. Les distances relatives des couleurs sont déterminées par le fond sur lequel elles se trouvent.

Des variantes plus claires et plus foncées d'une même couleur, même si les nuances diffèrent, ne comptent pas dans la perspective.

3. La profondeur par la perspective des lignes. Il y a deux autres facteurs qui donnent l'illusion de l'espace. Le premier est l'intensité de la lumière. En faisant s'éloigner et diminuer un objet, on obtient l'illusion de la profondeur de l'espace.

Le deuxième est la perspective obtenue quand on trace des lignes parallèles qui s'éloignent vers un point commun de l'infini situé « derrière » le tableau. On dessine toujours ces lignes de façon à ce qu'elles convergent vers ce point pré-établi de l'infini. Ce point peut être situé à l'intérieur ou à l'extérieur du cadre, mais il est toujours « derrière » le tableau, à l'intérieur du tableau, ou bien à droite, à gauche, au-dessus ou au-dessous du tableau - et toujours à une distance infinie de celui qui regarde. On peut en fait tracer et dessiner la perspective avec une règle, en partant du point de l'infini, ce qui permet de donner des surfaces planes, des lignes et une absence de parallélisme aux rectangles et autres figures.

4. La profondeur par la lumière.
5. La profondeur par l'ombre.

6. La profondeur par la solidité. La solidité des formes n'est pas la même chose que les effets d'ombre. La solidité, c'est spécial. On peut dessiner une chose de façon à ce qu'elle paraisse solide. Puis on peut ajouter la perspective. Les effets d'ombre se rapprochent plutôt du domaine de l'intensité de la lumière.
7. La profondeur par la mise au point. Les choses qui sont très proches sont extrêmement nettes. Les choses qui sont éloignées sont un peu floues. Un soleil vif donne des détails nets. En photographie, pour avoir un flou, mettez une petite spirale de vaseline au centre de l'objectif.
8. La profondeur par le mouvement latéral.

C'est la première fois que chaque type de perspective est codifié.

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR

Reronéotyper

*N° 14 de la Série sur l'Art*

## LA COULEUR

La couleur est l'un des outils de base qu'il faut bien comprendre. Elle est employée dans bien des domaines artistiques : peinture, photographie, décors de scène et de cinéma, design d'intérieur, etc.

### L'HARMONIE DES COULEURS

Pour harmoniser les couleurs, on se sert de la roue des couleurs. Par exemple, dans un décor de cinéma, les couleurs devront être en harmonie avec la couleur dominante du décor, celle qu'on ne peut pas changer, comme dans une scène en extérieur où le vert de l'herbe risque de prédominer, ou comme dans une scène où le personnage principal doit porter une couleur bien déterminée. C'est la couleur qu'on voit le plus dans cette scène, ou ce sur quoi vous essayez d'attirer l'attention du public. C'est la couleur dominante qui donne le ton de base sur la roue des couleurs et qui détermine les autres couleurs qui vont entrer en jeu dans les costumes et les décors.

Les couleurs dominantes que l'on assemble doivent s'harmoniser et donner de la scène l'idée d'un tout. C'est la raison pour laquelle on se sert de la roue des couleurs. Les couleurs doivent être utilisées de façon à former un tout cohérent et non pour que ce soit « plaisant ».

Voici les quatre types d'harmonie qui sont décrits dans la plupart des textes sur le sujet :

1. L'harmonie « directe » : on utilise la couleur diamétralement opposée à la couleur dominante sur la roue des couleurs. On l'appelle également « couleur complémentaire ». Dans l'harmonie directe, on a une quantité égale ou inférieure de la couleur complémentaire dans la scène.
2. « Les couleurs proches » : sur la roue des couleurs, elles sont adjacentes à la couleur dominante. Lorsque vous vous éloignez de deux espaces par rapport à la couleur dominante sur la roue des couleurs, vous élargissez d'autant l'harmonie des couleurs. Certains textes sur l'harmonie des couleurs appellent ces couleurs adjacentes des « harmonies analogues ».
3. « Les complémentaires dérivées » : ce sont les couleurs immédiatement adjacentes à la *complémentaire* de la couleur dominante. Ne vous servez des dérivées que sur des petites parties, et même dans ce cas, allez-y avec modération.

4. « L'harmonie par triade » : les « triades » ou « alternées » sont les couleurs situées à deux espaces de part et d'autre de la couleur complémentaire. Ne vous servez des triades que pour des points de couleur.

N'employez les triades et les dérivées que pour de petites zones.

Moins une scène comporte de couleurs, plus elle est harmonieuse.

La roue des couleurs qui s'est avérée la plus utile est la GRUMBACHER COLOR COMPAS, éditée par M. Grumbacher, Inc., 460 West 34th Street, New York, New York, 10001. On peut se la procurer dans de nombreux magasins d'articles pour artiste ou la commander directement à l'éditeur.

### LA PROFONDEUR DE LA COULEUR

Il y a dans la couleur un autre aspect qu'il faut bien comprendre. C'est la « profondeur de la couleur ». Il s'agit de l'illusion de profondeur (distance relative par rapport à l'observateur) qui est propre à chaque couleur et qui dépend du fond sur lequel cette couleur se détache.

Sur fond blanc, les couleurs donnent une illusion de distance dans l'ordre suivant :

bleu-vert (apparemment la plus proche de l'observateur)

bleu

pourpre

rouge

jaune

jaune-vert (apparemment la plus éloignée de l'observateur)

Sur fond noir, l'illusion de distance change :

rouge (la plus proche)

orange

jaune

vert

bleu-vert

bleu

violet (la plus éloignée)

Il faut utiliser conjointement harmonie des couleurs et profondeur des couleurs.

Je vais vous donner un exemple pour illustrer l'utilisation de cette tech. Un jour, on me soumit pour un film un décor de scène qui manquait d'harmonie. Ce manque d'harmonie venait principalement d'un tableau noir, dans une salle de classe, qui semblait plus proche du public que des étudiants, alors qu'en fait, il était plus éloigné. Cela privait le décor de profondeur. J'essayai de m'aider de la roue des couleurs, afin de trouver un fond d'une couleur différente pour le décor, et je me rendis compte que la combinaison proposée ne marchait ni sur

la roue des couleurs, ni sur le tableau de perception de la profondeur. Il en ressortit finalement que, pour que le décor soit bon, le tableau noir devait être jaune.

Voici un autre exemple. J'avais reçu une proposition de décor pour une scène qui comportait un temple grec, et la profondeur des couleurs était inversée. Cela donnait l'impression que la scène était toute ramassée, toute petite. Les murs, le sol et les colonnes, au fond, auraient dû être en marbre blanc grec. Et la frise qui ornait un mur du fond ne pouvait être que vert pomme, à cause du fond blanc.

Pour les costumes il avait aussi fallu tenir compte de la perception de la profondeur des couleurs. En Grèce, on pouvait se procurer des étoffes de presque toutes les couleurs.

Vous trouverez des données supplémentaires sur la profondeur des couleurs dans le livre *LES TECHNIQUES D'ÉCLAIRAGE POUR LA TÉLÉVISION ET LES FILMS*, de Gerald Millerson, édité par Hastings House, 10 East 40th Street, New York, New York, 10016.

### **LES ÉMOTIONS ASSOCIÉES AUX COULEURS**

De recherches effectuées dans le domaine du marketing, il ressort que tout un tas de réactions émotionnelles sont attachées aux couleurs. Par exemple, le bleu est généralement associé à la connaissance ou à la sérénité, le jaune est associé la plupart du temps à la valeur, et le rouge incite à acheter. Ces associations ont fait l'objet de différentes études ; l'artiste gagnera donc à se familiariser avec le sujet. L'ouvrage de Millerson cité plus haut comprend une courte section sur les émotions et les couleurs.

On n'utiliserait pas le bleu, par exemple, qui suggère la sérénité, comme couleur dominante d'un tableau destiné à inspirer de la terreur. Le message serait complètement faussé.

---

Les principes de la profondeur de la couleur, de l'harmonie des couleurs et des émotions liées aux couleurs constituent des outils inestimables qui vous permettront de bien transmettre votre message. Apprenez-les bien.

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR





HUBBARD COMMUNICATIONS OFFICE  
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex  
BULLETIN DU HCO DU 26 FÉVRIER 1984  
PUBLICATION II

Reronéotyper

*N° 15 de la Série sur l'Art*

*N° 20 de la Série sur le Marketing*

## L'ART ET L'INTÉGRATION

L'art est le résultat de l'INTÉGRATION de toutes ses composantes. On peut ajouter que le résultat appelle la CONTRIBUTION du spectateur.

Ça n'a rien de très mystérieux.

Nous entendons par « composantes » les éléments qui vont former un tout. Une photo ou un tableau, une publicité ou un décor de scène se composerait de choses telles que : les objets que l'on veut montrer, la couleur, l'harmonie des couleurs et la profondeur de la couleur, la perspective, la géométrie, l'emploi des lignes d'émotion (mood lines), la calligraphie ou le type de caractères qu'on va utiliser. Il peut y avoir d'autres composantes.

Les composantes qui entrent dans une œuvre d'art dépendent de la forme d'art en question. En musique, par exemple, pour qu'il y ait intégration, il faudra que la mélodie aille avec le rythme, et que le son des instruments aille avec l'émotion, sinon, vous n'aurez pas d'intégration.

Lorsque vous choisissez telle et telle composante, c'est parce que vous savez qu'elles peuvent s'intégrer et former un tout. Il n'y a que de cette façon que vous aurez une œuvre plaisante. Autrement, tout ce qui ne s'intègre pas se verra comme le nez au milieu de la figure.

Les dessins artistiques sont bons lorsque leurs composantes s'harmonisent. Quand leurs composantes se heurtent, c'est parce qu'elles n'ont rien en commun, à moins que l'artiste ne les ait utilisées exprès comme contrepoint ou pour provoquer un choc. Une Ford modèle T dans un jardin bien géométrique de la Renaissance constitue une transgression de la règle de l'intégration. Parce que c'est un outpoint. Des cubes joliment empilés n'ont rien à faire avec du verre cassé.

Les composantes doivent être de nature à s'intégrer les unes avec les autres, si vous voulez une œuvre d'art. On peut utiliser une composante étrangère à cet ensemble, mais seulement en contrepoint, par exemple pour faire ressortir la cohésion du reste.

## LE MESSAGE

Le but de l'art est de communiquer un MESSAGE. Un message, c'est ce que vous voulez que l'on pense de certaines choses. Ce n'est pas une description des choses. C'est ce qui communique une signification.

Les messages peuvent être des sentiments, des sensations, des désirs, de la répulsion, bref, pratiquement tout ce qui peut vous venir à l'esprit. C'est l'idée qui domine. La technique n'est là que pour transmettre l'idée et lui donner impact et puissance.

Donc, si on sélectionne des composantes qui s'intègrent, c'est pour transmettre et souligner le message. Et lorsqu'on choisit et qu'on arrange des composantes de façon à en faire un ensemble cohérent, on est dans le domaine de la composition.

Mais le message passe avant la composition.

La composition n'est pas un sujet en soi. La composition n'est qu'un élément des sujets plus complexes que sont la signification, le message et l'émotion.

## LA COMPOSITION

Le mot « composition » est mal défini dans la plupart des dictionnaires, en ce sens qu'ils affirment en général que la composition est une chose en soi. Pourtant, la composition ne peut pas exister sans message. J'ai donc trouvé une définition plus complète :

**COMPOSITION : TOUTE ACTION OU ENSEMBLE D'ACTIONS QU'IL FAUT EFFECTUER POUR INTÉGRER UN MESSAGE ET LUI DONNER UN SENS.**

Et je suis allé plus loin que tous les manuels et leur infinité de règles sur la composition, dont certaines sont valables, mais dont beaucoup sont fausses et trompeuses. Je sais pourquoi il faut composer correctement : pour qu'une scène ou une photo s'intègre au lieu de se disperser. Et c'est pourquoi on utilise l'harmonie des couleurs, la géométrie, les lignes d'émotion, le centre d'intérêt et autres outils de ce genre.

La composition a deux objectifs : ne pas gâcher une scène en y introduisant des éléments qui ne semblent pas être à leur place ; ou bien créer un effet de choc ou d'impact en y introduisant volontairement une contradiction.

La composition consiste tout simplement à placer les choses là où l'on s'attendrait à les trouver et, pour l'effet d'impact, à y introduire un élément inattendu ou incompatible, tout en contrôlant la direction et l'intérêt.

La composition consiste simplement à assembler des formes qui vont ensemble et à éviter d'y introduire des choses qui n'y ont pas leur place. Cela s'applique aux objets (type de), à l'harmonie des couleurs, à la profondeur de la couleur, à la perception de la profondeur, etc.

## LE CENTRE D'INTÉRÊT

Toute scène ou toute représentation graphique comporte un centre d'intérêt, lequel est en étroite relation avec le message. En l'absence d'un message, on peut complètement rater la composition. La découverte majeure ici, c'est que la composition et le message sont indissociables. Sans message, la composition devient quelque chose de parfaitement plat. Ou bien on peut se retrouver en train de transmettre deux messages à la fois, ce qu'on appelle diviser l'intérêt. On crée alors un effet de dispersion au lieu de créer un effet d'intégration. Ça ne veut pas dire qu'on ne peut pas avoir deux centres d'intérêt, mais dans ce cas, on doit combiner ou intégrer ces deux centres d'intérêt. Si l'on divise l'intérêt, si l'on ne combine pas les deux centres d'intérêt, on n'a plus de message.

## LES OBJETS

Le choix des objets joue un rôle important dans l'intégration. Le ou les types d'objets choisis pour une scène doivent aller ensemble. On pourrait par exemple travailler avec un sujet marin, mais à ce moment-là, on devra se cantonner à une époque spécifique de l'histoire de la marine ou à une expérience maritime. Il ne faudra pas mélanger les époques dans les décors. S'il s'agit de l'époque des clipper, de 1802 à 1840, il faut choisir des objets d'époque. Les figures de proue, par exemple, vont bien avec les clipper - l'époque romantique des voiliers. Pareil pour les fauteuils du capitaine. Si l'on introduisait le Queen Mary, qui est un paquebot des années trente, la scène serait un outpoint. Si l'on veut un navire qui S'INTÈGRE dans la scène, il faut choisir un clipper de l'époque 1802-1840.

## LA CONCEPTION GÉOMÉTRIQUE

Vous basez la forme géométrique de l'ensemble sur l'objet dominant que vous devez introduire dans la scène.

La conception géométrique a trait à la logique. Elle a aussi son rôle à jouer dans l'intégration.

Lorsque la géométrie des choses représentées manque de cohérence, de logique - bien qu'on puisse introduire un style géométrique différent en contrepoint - elles ont l'air déplaçées.

L'une des erreurs fondamentales, par exemple, serait de mettre des cercles sur un rectangle, puis d'aggraver les choses en utilisant des lettres rectangulaires. Des caractères différents à des niveaux différents, non parallèles, ajouteraient à la confusion. Votre illustration manquerait de cohésion géométrique. Ses formes n'iraient pas. L'erreur résiderait dans le fait que les lignes ne sont pas parallèles.

Il se peut que l'artiste sache très bien où il veut en venir ; il n'empêche qu'il essaie de communiquer quelque chose à un public. Lorsque l'œuvre consiste en un mélange de sphères, de cercles, de triangles et de rectangles, avec différents types de caractères à des niveaux dif-

férents, sans parallélisme, le message géométrique n'est pas clair. Résultat : le public sera dans la confusion.

Dans les arts graphiques classiques, on utilise des formes géométriques de nature similaire. Par exemple, des cercles avec des cercles, des carrés avec des carrés, etc. Et on peut jouer avec des formes géométriques différentes pour créer un effet de contrepoint. Les autres formes de base sont le triangle, l'ovale, le rectangle, les lignes horizontales et les lignes verticales. Le choix cohérent des formes constitue la base des arts graphiques classiques.

Quand on fait un dessin, il faut que les choses aient l'air d'aller ensemble. C'est la raison d'être de la conception géométrique. Ce n'est pas pour l'aspect géométrique. C'est pour la cohésion et l'intégration. C'est ce qui fait que les choses semblent agréables et jolies, ou désagréables et affreuses. Soit les choses forment un ensemble géométrique cohérent, soit elles forment un chaos de formes géométriques disparates.

Par exemple, le rectangle et l'octogone ne vont pas ensemble. Par contre, les octogones et les triangles font bon ménage, parce que l'octogone se divise en triangles. Les rectangles ne vont pas avec les octogones et les triangles et ne peuvent même pas y être introduits en contrepoint. L'essence de la conception géométrique est la constance dans la forme géométrique.

Les lignes d'émotion entrent en jeu ici en tant que moyen de communiquer l'émotion d'une scène ou d'un dessin. Par exemple, une ligne d'émotion partant de la gauche et montant vers la droite suggère l'optimisme, et si c'est l'émotion que requiert le message, c'est bien. Sinon, il vaudrait mieux choisir des lignes qui transmettent l'émotion désirée. Il est important de connaître les lignes d'émotion si l'on veut rendre l'ensemble cohérent.

Sur une scène, même les personnages, même les acteurs font partie du décor, et s'ils ne s'intègrent pas dans le plan géométrique de la scène, ils auront l'air de ne pas être à leur place.

Si la forme de base de votre décor est le triangle ou des multiples du triangle, la forme de base de vos costumes doit aussi être le triangle ou des multiples du triangle.

Lorsqu'il n'y a pas d'uniformité dans les éléments du décor, acteurs y compris, rien n'a l'air d'aller ensemble, et vous avez un effet de dispersion.

De même que vous devez avoir des décors et des costumes d'une même forme géométrique, de même respecterez-vous l'harmonie des couleurs. Et il y a une raison à cela : l'intégration.

## LA COULEUR

Pour user de la couleur avec efficacité et l'utiliser comme moyen d'intégration, on doit savoir se servir d'une roue de couleurs et de l'harmonie des couleurs, tout en respectant le tableau de perception de la profondeur des couleurs. L'harmonie des couleurs et la profondeur des couleurs doivent s'accorder.

Vous trouverez tous les détails sur l'utilisation de la couleur en tant que moyen d'intégration dans le HCOB du 26 fév. 84, n° 14 de la Série sur l'Art, LA COULEUR.

Il faut se livrer à quelques expériences pour se familiariser avec l'usage de la couleur et de la profondeur de la couleur. Quelques essais permettront par exemple de voir rapidement comment éloigner certains objets et en rapprocher d'autres, et ce, en se servant uniquement de la couleur.

Quand on cherche à faire un dessin, il peut être utile de faire quelques esquisses au crayon en utilisant des formes géométriques, puis d'y appliquer différentes couleurs pour arriver à quelque chose d'harmonieux.

## LA CALLIGRAPHIE ET LE TYPE DE CARACTÈRES

La calligraphie ou le type de caractères ou des lettres joue un rôle ici, de même que la taille des caractères et leur position.

Si vous utilisez des caractères de tailles différentes dans des zones adjacentes, là où l'on s'attend à de l'uniformité, la discordance choquera. Si vous ne cessez de changer de taille de caractères tout au long d'une page, vous créez de la confusion et l'ensemble manque d'harmonie.

De plus, du point de vue de l'intégration, des motifs ou des lignes aux couleurs harmonieuses ne vont pas du tout avec des caractères modernes, durs. Ce type de caractères ne va pas du tout avec ce genre de forme d'art. Les deux ne vont donc pas s'harmoniser. Ils ne vont pas ensemble, donc, ils ne donnent pas l'impression d'être de l'art.

Pour s'intégrer à des motifs aux couleurs harmonieuses, la calligraphie ou les lettres doivent avoir des lignes qui donnent une impression de « mouvement » ou de « flux », ou quelque chose comme ça. À chaque motif en couleur ou à chaque ligne géométrique correspondra un certain type de calligraphie.

Autrement dit, dans une affiche publicitaire comme dans toute autre forme de représentation graphique, il faudra choisir une calligraphie ou une forme de caractère qui s'harmonise avec la forme d'art en question.

Et le style des caractères doit s'accorder avec les couleurs.

---

On doit chercher à créer, avec le message géométrique, la profondeur de la couleur, la disposition du texte et le texte proprement dit, un ensemble cohérent.

Et chacun de ces éléments doit communiquer directement.

C'est quand on est sûr que l'ensemble est parfaitement cohérent qu'on a la forme définitive, celle qui communiquera le message.

On peut décrire un projet de représentation graphique, mais ce n'est pas une ébauche. C'est juste une idée à partir de laquelle on pourra faire une ébauche. Il manque encore l'artiste et ses esquisses des éléments du projet, sans lesquelles on ne peut pas savoir si l'ensemble sera harmonieux.

Vous ne partez pas tout de suite pour le produit fini en prenant des éléments à droite et à gauche et en partant du principe que ça POURRAIT donner quelque chose. Ce n'est pas la première étape, car qui sait à quoi ressemblera votre produit fini ?

On fait d'abord une ou plusieurs ébauches, à partir d'une ou de plusieurs idées. Seulement alors pourra-t-on voir si cela « marche », c'est-à-dire si c'est cohérent.

Si on procède autrement, on travaille à l'aveuglette.

---

Ces données s'appliquent à TOUS les types de représentation graphique et de design : publicité, décors de cinéma, peinture, voitures. Et ces principes de base s'appliquent également à toutes les autres formes d'art : musique, littérature, et ainsi de suite.

Le secret, c'est L'INTÉGRATION.

Commencez avec un message.

Parvenez à une harmonie entre les composantes pour mieux faire passer votre message.

Faites que toutes les composantes forment un tout harmonieux.

Vous aurez alors une qualité de communication qui incitera le public à contribuer. Et l'Art, c'est ça.

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR

HUBBARD COMMUNICATIONS OFFICE  
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex  
BULLETIN DU HCO DU 10 MARS 1984

Reronéotyper  
Checksheet sur l'art

*N° 16 de la Série sur l'Art*

**LE MESSAGE**

Les œuvres d'art qui ont du succès portent un message.

Il peut être implicite, sous-entendu, émotionnel, conceptuel ou littéral, impliqué ou évident, peu importe. Mais c'est un message.

Ce principe s'applique à toute forme d'art : peinture, sculpture, poésie, écriture, musique, architecture, photographie, cinéma, à n'importe quelle forme d'art ou n'importe quelle branche rattachée à l'art, comme la publicité ou la décoration de vitrine.

L'art est pour celui qui le reçoit.

S'il comprend, il aime. S'il n'y comprend rien, il risque d'ignorer ou de détester.

Que le créateur de l'œuvre comprenne ne suffit pas ; ce sont ceux qui la reçoivent qui doivent comprendre.

La création d'œuvres d'art à succès implique bien des éléments et beaucoup de compétence. Mais la chose qui domine, c'est le message, car c'est lui qui rend l'ensemble cohérent et permet au public de comprendre l'œuvre et de l'apprécier.

La compréhension est la base de l'affinité, de la réalité et de la communication.

Le message est essentiel si l'on veut se faire comprendre.

L. RON HUBBARD  
FONDATEUR