

Jean Maxime Dufresne / L'agence / Agency

texte de Fabien Loszach

L'*Agence* pensée par Jean Maxime Dufresne est un aménagement composé de modules informationnels, de stations de visionnements, dans lesquels circulent des idées. Ces stations diffusent simultanément plusieurs entretiens réalisés sous forme de promenades urbaines avec une série d'interlocuteurs dont plusieurs sont impliqués dans le milieu culturel montréalais : artistes, sociologue, architectes, éducatrice des arts, traducteur, chercheuse et organisatrice culturelle, etc. Pendant les entretiens, une signalétique *ad hoc* identifie, grâce à des mots clefs, les sujets qui sont abordés ; mots clefs qui s'insèrent ensuite de fait dans la matrice de l'*Agence*.

L'agence / Agency

L'*Agence* fonctionne donc comme une base de données soit un ensemble structuré et organisé d'informations. Elle est ordonnée de manière relationnelle et thématique, c'est-à-dire qu'elle collecte, trie et établit des correspondances dans son contenu et guide le visiteur qui l'utilise. Les informations que l'on retrouve ici sont multiples : urbanisme, architecture, habitation, mixité sociale et endogamie, usage et précarité des espaces, comportements astucieux, pratiques interstitielles, division du territoire en zones ségréguées, planning architectural postconflit, technologies, quartiers verticaux, mobilité des corps, utopies et hétérotopies... Même s'il peut paraître difficile de s'y trouver dans cette pléthore de sujets et de pistes de réflexion on peut penser que le travail de Jean Maxime Dufresne repose sur une des questions fondamentales de la sociologie, c'est-à-dire « quels sont les meilleurs agencements possible pour faire vivre les hommes ensemble et favoriser le lien social ? »

Le titre retenu pour l'exposition offre une double interprétation. En français une agence est un bureau, un organisme où l'on échange des informations principalement d'ordre administratif. L'agence, dans sa nature même, est un lieu « exemplaire » de notre société, elle concentre en elle-même l'idéal de la « société légal rationnelle » comme l'avait appelé le sociologue allemand Max Weber (1864-1920). L'installation de Jean Maxime Dufresne se démarque de cette définition purement objective de l'agence ; l'artiste a plutôt cherché à créer un *hub* (un « centre d'activités »), soit un lieu qui crée des circonstances de rencontre entre des gens et des idées par le biais de stations de visionnement, d'une cuisine partagée, d'un bureau de retranscription, d'une aire d'écoute, etc. Il y a ici l'idée d'une pensée en mouvement qui cherche à se multiplier, à proliférer dans l'espace de la galerie grâce notamment au travail d'édition sur un imprimé et à la lecture de citations issues des entretiens par une voix générative.

Le terme anglais *agency* réfère quant à lui à une philosophie d'action : cette dernière réunit en quelque sorte les interlocuteurs comme des « agents » qui ont une capacité d'inflexion sur différents enjeux et exercent des réflexions critiques. Il n'existe pas de traduction en français du terme, on pourrait parler de « capacité d'action », « prise de décision », « autonomisation » ou encore « agentivité ». Le terme « agent » vient du latin *agere* qui signifie *agir* ou *faire* ; il désigne aujourd'hui une personne chargée des affaires et des intérêts d'une autre personne, d'un groupe ou d'un pays. Les interlocuteurs qui s'expriment ici ont un rôle assez semblable : ils défendent des points de vue et des intérêts dans la sphère publique ; ils sont en cela des agents « politiques ». Le politique faut-il le rappeler est le domaine de l'action par excellence où les acteurs exposent leurs divergences, participent au débat citoyens, dans le but de prendre les meilleures décisions pour faire vivre la cité.

L'intelligence hypertextuelle

Au-delà des sujets abordés dans l'*Agence*, c'est aussi l'**architecture du projet** qui peut nous faire réfléchir ; en effet, on peut voir dans cette forme de présentation une mise en exposition exemplaire de la manière dont les nouvelles technologies réarticulent le couplage entre le **message** (information) et le **support** (média) à l'heure du numérique et comment cette réorganisation implique parallèlement un bouleversement de nos structures cognitives. L'agence est un recueil qui regroupe en son sein une certaine quantité d'information classée et ordonnée thématiquement. Cette taxinomie rappelle l'ordonnancement des idées et des concepts sur Internet sous la forme de mots-clés, *bookmarks*, de signets ou encore de libellés. Sur Internet comme dans l'*Agence*, la **différenciation** thématique est toujours compensée par l'introduction d'une **correspondance** entre les mots : ces derniers sont tous des **liens hypertextes**, ils renvoient à autre chose. Internet met en lumière la double structure du mot : il est à la fois différenciation, réduction à une définition, et ouverture vers un ailleurs du sens, correspondance. Le mot n'est pas un corps abstrait, il est toujours mot frontière, mots passe muraille, transmission et espace interstitiel.

Plus largement encore on peut analyser l'*Agence* comme une allégorie de la manière dont notre intelligence fonctionne désormais à l'ère des nouvelles technologies. Comme le rappelle Neil Postman, « les moyens de transmission de l'information propre à chaque civilisation ont une influence déterminante sur la formation des préoccupations intellectuelles et sociales de cette civilisation.¹ » Ainsi dès lors que nous changeons de support ou de médias, tout semble changer : les manières de penser, les sciences et enfin la culture. On peut supposer que les nouveaux moyens de communication numériques ont engendré de nouvelles manières de réfléchir. Dans le gigantesque hypertexte libre, malléable, gratuit qu'est devenu Internet, l'intelligence analytique (agencement cohérent, logique et ordonné des idées) prise par la tradition de l'humanisme classique laisse progressivement la place à une intelligence en forme de réseau, une intelligence hypertextuelle et référentielle. Dans leur livre prophétique, *Les néocrates*², Alexander Bard et Jan Soderqvist suggèrent qu'aujourd'hui savoir trier l'information est devenu presque autant important que savoir la créer. De plus en plus de gens et de logiciels sont devenus des spécialistes dans l'art de vous aider à trouver la bonne information, c'est à dire l'information qui correspond exactement à vos besoins. Ces personnes ou outils sont spécialisés dans l'art de chercher et de trouver la bonne info dans la meule de foin que constitue le monde des médias, c'est-à-dire être capable de discriminer ce qui est pertinent et ce qui ne l'est pas. L'agence est sûrement un de ces outils...

1. Postman Neil – Se divertir à en mourir, (*Amusing ourselves to death*) Paris, Flammarion, 1986, p. 20.

2. *Les néocrates : Une nouvelle élite pour l'après-capitalisme*, Alexander Bard, Jan Soderqvist, Paris, Leo Scheer, 2008.

Jean-Maxime Dufresne enquête principalement sur des territoires urbains et sociaux de même que sur les mutations qui les façonnent. Des notions de psychogéographie et un recours à la médiation technologique continuent d'alimenter ses recherches où il reconsidère le processus architectural dans la production d'expériences provisoires, mélangeant principalement installation, vidéo, son et manœuvre urbaine. Nourri par une réflexion critique sur nos environnements habités et construits, son travail individuel, en collaboration avec l'artiste Virginie Laganière ou comme membre de l'atelier SYN- a été présenté au Québec (Vox, Action Art Actuel, Optica, Dare-Dare / Dis-location, CCA Extra muros, AXENÉO7, Caravansérail, 4^e Biennale de Montréal) et à l'étranger (Interstices urbains temporaires / RDS, IS CRA, aaa, Paris, France, Biennale internationale d'architecture de Rotterdam). Depuis 2007, il siège au conseil d'administration du centre de diffusion d'art multidisciplinaire Dare-Dare et œuvre au sein de l'équipe des services éducatifs du Centre Canadien d'Architecture.

Jean Maxime Dufresne / L'agence / Agency

text by Fabien Loszach

Jean Maxime Dufresne's *Agency* is made up of informational nodes, or viewing stations, through which ideas freely circulate. Running simultaneously on these stations are a series of interviews recorded as peripatetic strolls through the city. For the most part, the interviewees—artists, sociologists, architects, art teachers, translators, researchers, cultural organizers, etc.—are active members of Montreal's cultural community. During the interviews, the subjects discussed are marked by an *ad hoc* signage of keywords which are then introduced into the matrix of the *Agency*.

Agence / Agency

Agency, then, functions as a database, a structured, organized set of information, structured, that is, in a relational and thematic manner: it collects, sorts, and establishes connections between elements of its content and guides the visitor and user. It offers a wide range of information, on urban life, architecture, housing, social diversity and endogamy, the usage and uncertainty of spaces, cunning behaviour, interstitial practices, the territorial division into segregated areas, post-conflict architectural planning, technology, vertical neighbourhoods, physical mobility, utopian visions, heterotopian spaces... Though it may seem hard to make sense of the onslaught of subjects and lines of thought, one may safely assume that Dufresne's work rests on a fundamental sociological question: "what arrangements can best help human beings live together and strengthen social connections?"

The title chosen for the exhibition offers a dual interpretation. In French (as in English), an agency is an office, or department, where people deal mainly with administrative information. By its very nature, the agency is an "exemplary" locus in our society, distilling within itself the ideal of what German sociologist Max Weber (1864-1920) had termed a "rational-legal society." As opposed to this purely objective definition, Dufresne's installation seeks rather to use the various elements—the viewing stations, a shared kitchen, a transcription office, a listening area, etc.—to create a "hub," a space that provides the opportunity for encounters between people and ideas. There is a suggestion here of thought in motion, striving to reproduce and proliferate in the gallery space, as evinced in the publication onto hard-copy and the reading by a generated voice of excerpts from the interviews.

Agency, in English, also refers to a philosophy of action, one that would in some sense construe the participants as "agents" having a capacity for affecting various issues and engaging in critical reflection. This sense of the term has no direct translation in French, where the concept may be rendered by such phrases as "capacity for action," "decision making," *autonomisation* ("empowerment"), or *agentivité*. Today, the term "agent," derived from the Latin *agere*—to act, to do—, commonly designates a person responsible for the affairs and interests of another (person, group, country, etc.). The participants expressing themselves here play a similar role; they endorse interests and points of view in the public sphere; as such, they are "political" agents. The political, need we recall, is the sphere of action *par excellence*, where actors manifest their differences, participating in citizens' debates to arrive at the best possible decisions for the life of the city.

Hypertextual Intelligence

Beyond the subjects broached in *Agency*, the **project's architecture** can be thought-provoking. Indeed, one may see in this exhibition an exemplary presentation of how new technologies re-articulate the coupling of **message** (information) and **medium** (support) in the digital era and how this reorganization simultaneously entails a disruption of our cognitive structures. The agency is a collection comprising a given quantity of thematically categorized and ordered information. This taxonomy reminds one of the ordering of ideas and concepts on the Internet with the use of key-words, bookmarks, or headings. On the Web, as in *Agency*, thematic **differentiation** is always offset by the introduction of a **correspondence** between the words: the latter are all **hypertextual links**; they take us to something else. The Internet brings to light the structure of the word: at once a differentiation, the reduction to a definition, and an opening onto another locus of meaning, a correspondance. The word is not an abstract body, it is always a border crossing, a throughway of the commonplace, a transmission, an interstitial space.

More broadly still, one may conceive *Agency* as an allegory for the process of thought in our era of new technologies. As Neil Postman recalls, “the media of communication available to a culture are a dominant influence on the formation of the culture’s intellectual and social preoccupations.”¹ Thus, when we change the support or the media, everything else seems to change—ways of thinking, science, culture. One may suppose that new digital media have led us to reflect differently. In the immense, unfettered, malleable, and free hypertext the Internet has become, analytic intelligence, the coherent, logical, ordered arrangement of ideas in classical humanist tradition, is giving way to an intelligence that takes the form of a network, a hypertextual and referential intelligence. In their prophetic book, *Netocracy*², Alexander Bard and Jan Soderqvist suggest that proficiency in sorting information has become nearly as important as knowing how to create it. An increasing number of people and programs have specialized in the art of helping us find the right information, that is, the information that corresponds exactly to our needs. Such people and tools are specialized in the art of searching for and finding the right info in the haystack of the media world, that is, they can distinguish the relevant from the irrelevant. *Agency* is certainly one of these tools.

1. Neil Postman, *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business* (Penguin, 1986).

1. Alexander Bard and Jan Soderqvist, *Netocracy: The New Power Elite and Life After Capitalism* (FT Press, 2002).

Jean-Maxime Dufresne's investigations delve primarily in issues regarding urban and social territories, as well as the transformations that shape them. Notions of psychogeography and the use of technological mediation shape his work, where architectural process is reconsidered in the production of temporary experiences, mixing primarily installation, video, sound and urban intervention. Taking a critical look at our built and inhabited environments, he has presented his work individually, in collaboration with artist Virginie Laganière or as a member of atelier SYN- in Quebec (Vox, Action Art Actuel, Optica, Dare-Dare / Dis-location, CCA Extra muros, AXENÉO7, Caravansérail, 4th Biennale de Montréal) and abroad (Temporary Urban Instertices / RDS, ISCRA, aaa, Paris, France, International Architecture Biennale of Rotterdam). Since 2007, he is involved in Dare-Dare's board of administration and has been working as part of the Educational Services team at the Canadian Centre for Architecture.