

Haiku médiatique

Éditorial

Isabelle Lelarge

Numéro 101, février–juin 2014

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/71241ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

ISSN

2368-030X (imprimé)

2368-0318 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Lelarge, I. (2014). Haiku médiatique : éditorial. *ETC MEDIA*, (101), 9–9.



HAIKU MÉDIATIQUE

Ç,

Il y a est, nous y sommes, *ETC MEDIA* vient de prendre son envol entre vos mains, sous vos yeux. Dans ce numéro 101, vous le constaterez très rapidement, un souffle nouveau de présentation de la scène artistique des arts visuels est proposé. En accordant nos espaces de publication essentiellement aux arts médiatiques, nous ouvrons nos pages et à une hétérogénéité et une vivacité sans précédent. Il en résulte une démocratisation et une divulgation de pratiques artistiques encore peu connues de la scène publique, hors des laboratoires et centres de recherche artistiques. Et pour une première fois au Québec, une revue d'arts médiatiques. C'est un événement !

Les œuvres médiatiques de ce numéro ont la puissance de l'autonomie, ou entretiennent des liens certes non accessoires avec le cinéma, la vidéo, le théâtre, les arts plastiques, le son, la musique, la photo et la performance. En grande partie, elles ont pour particularité de rejoindre l'ensemble des publics artistiques, spécialisés mais, aussi, néophytes.

C'est ce fait pluriel qui rend notre projet, à notre avis, encore plus sympathique. En établissant le parti pris d'une convergence entre les

médias où l'haptique et autres sens sont grandement convoqués, nous lançons des ponts vers une nouvelle reconfiguration de notre paysage artistique. Il est d'ores et déjà de notre mission de promouvoir un réseau intermédial, ramifié, qui garantit un nombre incalculable de systèmes de communication, où le rôle du spectateur vient à changer. C'est dans ce contexte qu'*ETC MEDIA* participe de cette posture de non hiérarchie entre les disciplines tout comme entre le privé et le public.

Ce souffle d'émergence auquel nous vous convions s'exprime sur deux plans. D'abord, par la publication exclusive de pratiques très concrètes de l'affect, *médiatrices*, et dont la norme s'adresse principalement aux sens.

Ensuite, par une singularité, quasi effrénée, menée par un projet infographique vraiment assuré, débridé, et bien affranchi de certains dogmes passagers, tous similaires. Pourquoi les arts médiatiques ne profiteraient-ils pas d'un style de revue d'apparence plus commerciale ? C'est cette attitude mimétique mais très énergique que nous favorisons pour rejoindre l'ensemble des publics.

Isabelle Lelarge