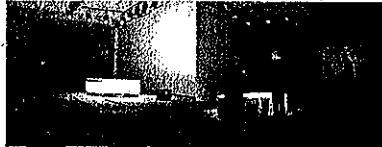


Télévision, vidéo, cinéma, Internet,

Art Des histoires impossibles

Pierre Huyghe - Mobil TV - 1995/1999 - télévision locale itinérante - vidéogrammes de la programmation de 1997 à Dijon



Pascale Cassagnau



Olivier Bardin - Un à un - 1999 - vue du dispositif de réalisation et de diffusion de programmes de télévision - Public, Paris - courtoisie de l'artiste

La vidéo, qui occupe une place importante au sein de l'art contemporain depuis une trentaine d'années, représente un exemple significatif d'un art « intercalaire » entre cinéma et télévision dans laquelle elle prend son origine. Les œuvres vidéo (critique du médium-critique des médias) de Martha Rosler, Ant Farm, General Idea, font écho, dès les années soixante, aux interventions parasites d'Andy Warhol, Chris Burden, Jan Wilson à la télévision. La pièce vidéo de Dara Birnbaum intitulée *PM Magazine* met en scène, sur un mode extrêmement parodique, les stéréotypes de la télévision commerciale à travers l'analyse de la publicité, des news, des séries. Les projets de Chris Burden des *10 Second Color TV Spot* (1975), *TV Hijack* ou *Chris Burden Promo* (1976) témoignent d'un désir identique d'investigation du champ de la télévision ainsi que de la place occupée par l'image dans la culture contemporaine. Les années quatre-vingt-dix confirment, avec le travail récent de Matthieu Laurette, Gianni Mottili, François Yordamlan, Matthias Müller ou Daniel Plumm, ce déplacement de l'interrogation vers la sphère « impure » de la télévision comme espace public et social, espace de production, de diffusion et d'élaboration des hypothèses de travail.

Le séminaire « Atelier -- + TV, du téléviseur à la télévision », qui a eu lieu pendant l'été 1999 à Arteleku-Saint-Sebastien, réunissant un groupe d'étudiants, de jeunes artistes et des intervenants tels que Jean-Christophe Rouyoux, Bertrand Schefier, Matthieu Laurette, Marcelo Exposito, Carlos Ameller, Pierre Huyghe, Alex Bag, à l'invitation de Franck Larcade et Alexis Vaillant, a privilégié la dimension expérimentale de l'espace télévisuel comme domaine de l'art contemporain pour lequel conception, production, diffusion constituent des opérations simultanées. Écartant d'emblée la question de la télédiffusion de l'art,

Des débuts de la télévision et la généralisation de son usage dans les années soixante, de l'invention de la vidéo et l'apparition des premiers magnétoscopes domestiques après 1970 à la mise sur le marché des premiers ordinateurs personnels, la création contemporaine s'est délibérément placée dans un contexte élargi, soumis à l'épreuve des technologies de l'audiovisuel et de l'information. La mise en place d'Internet à partir de 1989 et l'extension des réseaux offrent aux artistes un nouveau territoire d'expérimentation redéfinissant les procédures qui lient l'œuvre à ses modes de production. La création multimédia s'inscrit dans le droit fil des principaux courants de l'art contemporain qui ont étendu, depuis les années soixante, les territoires de l'art en mettant en question les notions d'auteur et d'œuvre d'art. Certains artistes ont choisi très tôt d'explorer les potentialités conceptuelles de la télévision et de la vidéo pour faire de l'espace de la communication non seulement un lieu critique mais aussi le lieu possible de la disparition, de la perte d'identité. Ainsi Ian Wilson déclare-t-il en 1970 : « Je présente la communication orale comme un objet, tout art est information et communication. J'ai choisi de parler plutôt que de sculpter. J'ai libéré l'art de son lieu spécifique. Qui-conque, maintenant, peut en faire usage. Je m'oppose catégoriquement à l'objet précieux. Mon art n'est pas visuel mais visualisé. » Si les années soixante-dix ont inscrit

l'analyse des *mass media* au sein d'une économie politique de la communication à travers l'analyse de la fabrication du consensus, les années quatre-vingt-dix replacent la culture de l'immatérialité au sein de l'espace des médias comme espace social. La dématérialisation de l'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité informatique implique l'inscription et la diffusion d'une entité aux limites inassignables. Internet, réseau mondial d'ordinateurs en relation les uns avec autres, sans hiérarchie, constituerait un espace public défini par les notions de virtualité, de potentialité et d'interactivité. Après le territoire physique de la ville, après l'espace de la télévision qui inaugure une esthétique de la boîte noire témoignant du monde, Internet nous introduit à l'étendue d'un espace labyrinthique et immatériel, mi-réel mi-fictif. Depuis plusieurs années, les artistes se sont emparés de cet espace-temps singulier, à la fois public et privé, afin de confronter l'œuvre d'art et Internet, leurs potentialités mutuelles.

La notion d'espace public et ses corollaires, les notions de démocratie, d'opinion, de communauté, doivent être analysées en fonction de leurs usages et de leur historicité. Si les notions de public, de publicité et d'espace public prennent leur essor au XX^e siècle, comme l'a énoncé Habermas, on notera une altération de l'espace public dans la deuxième partie du siècle. Ainsi Jacques Derrida définira l'espace de la communication comme le principal espace public auquel est confronté désormais le sujet contemporain : « Qui penserait son temps aujourd'hui et qui, je vous le demande, si d'abord il ne prêtait attention à un espace public, donc à un présent politique à chaque instant transformé, dans sa structure et dans son contenu, par la téléchronologie de ce qu'on appelle si confusément l'information ou la communication. » Ce que Derrida définit ici à l'aube de la télévision, du téléphone et de la télécopie correspond au développement d'Internet et du Web. Le temps contraint des télétechnologies, la dislocation de la territorialité, les nouvelles modalités de la citoyenneté caractérisent l'architecture du Web.

Loin de ne se limiter qu'à la question de la diffusion de l'art contemporain à la télévision, une réflexion sur sa présence de l'art contemporain à la télévision devrait envisager d'autres modalités d'inscription de la création qui tiendraient compte de l'économie télévisuelle : donner notamment la possibilité de faire de la télévision. Internet, en tant qu'espace public d'un nouveau type, suscite le développement de programmes « télévisés » en ligne, voire de nouveaux modes de production. Les collectifs d'artistes qui élaborent le cadre même d'une télé-

grammes télévisés habituels, sont comme le décalque en négatif de ce rapport au temps massivement déterminé par le temps travaillé. Organisant le temps consacré à la production, la forme de la télévision apparaît ainsi comme un modèle dominant de mise en forme surdéterminé par le temps économique de la production ».

La télévision, la vidéo, le cinéma, l'art contemporain, Internet réfléchissent une histoire en perspective des images en un jeu d'emboîtements des représentations. L'analyse des interrelations entre la télévision et le cinéma, la vidéo et l'art contemporain, le cinéma et la vidéo, la télévision et l'art contemporain, met en exergue des constructions d'ordre esthétique et social. S'il semble caduc de séparer, en termes de disciplines distinctes l'art contemporain, les nouveaux médias, la vidéo et l'audiovisuel, alors que les artistes ont abandonné depuis longtemps cette typologie et que l'économie-monde des images invite à un autre type de questionnement, au contraire la convergence accrue des domaines des jeux vidéo, du Web, de la télévision, de la vidéo et de l'art contemporain témoigne d'un questionnement sur ces moyens diversifiés de la représentation. Les représentations que le cinéma ne cesse de multiplier de lui-même et de la télévision à travers les thèmes de l'information, de la communication-contamination (*La Nuit des morts vivants* de George Romero, *Pollergeist*, *Fahrenheit 451*, *King of Comedy*), la représentation de la télévision dans l'art contemporain, la présence de la vidéo au cinéma (*Vidéodrome*) ou encore la mise en abyme de la télévision par Internet signalent la perte de la spécificité de ces médias ainsi que l'impossibilité d'une histoire séparée.



Seicento - 2000 - Consonni, Bilbao - courtoisie de l'artiste et de Consonni

le séminaire-atelier d'Arteleku a recentré son analyse des processus de production des œuvres. Si l'objet de la vidéo contemporaine ne consiste pas seulement en sa reproduction hertzienne ou numérique mais dans la mise en œuvre d'une économie parallèle à celle de la télévision notamment, il s'agit également d'imaginer de nouvelles conditions pour la télévision sur le Web au-delà de la seule question des programmes en ligne. Ainsi le projet de télévision interactive TVArt (www.tvart.teleweb.org) offrent aux artistes la possibilité de travailler sur un « canal » audiovisuel et multimédia qui leur serait propre. La réflexion qui accompagne le programme multimédia néerlandais sur Internet « Next 5 minutes » (www.n5m.org) met en évidence l'économie sociale et politique spécifique du maillage entre films, vidéo, radio, confronté à la nature du réseau. Les participants de cette communauté provisoire ont pris le parti d'investir le réseau représentatif de l'économie-monde par de brèves interventions critiques.

1. Arteleku est une institution basque installée dans la banlieue de Saint-Sébastien qui accueille des étudiants et des post-diplômés d'écoles d'art internationales pour des séminaires-ateliers organisés autour des images contemporaines. Les réflexions de ce premier séminaire-atelier seront réunies dans un ouvrage à paraître.



LE CAPITAINE PIP VOUS PRÉSENTE SES MEILLEURS VŒUX
RICHARD KERN INVITE SPÉCIALEMENT LA 50^e SÉANCE DU CLUB DU CAPITAINE PIP - CENTRE D'ART DE BRÉTAGNY-SUR-ORCE
RENSEIGNEMENTS TEL. 01 60 95 20 85