

AMELIE HAMON

Université Paris I – Panthéon-Sorbonne
UFR 03 Histoire de l'Art et Archéologie

MARIO COSTA

ET

L'ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION

Mémoire de Master 1
Sous la direction de Madame Corinne Welger-Barboza

Septembre 2006

Sommaire

Remerciements.....	p 5
Introduction.....	p 6
Chapitre 1 :	
Naissance d'un courant.....	p 9
I. Nouvelle pratique et théorie esthétique.....	p 10
A/ Octobre 1983 : naissance du collectif.....	p 10
B/ Mario Costa et Fred Forest : co-fondateurs du collectif.....	p 12
C/ Mise en place d'une stratégie de médiatisation.....	p 14
D/ Principes et intentions	p 17
II. Genèse de l'Esthétique de la communication.....	p 20
A/ Signaux précurseurs.....	p 20
B/ Artmedia : laboratoire expérimental de discussion et de promotion des technologies de la communication.....	p 24
III. Intérêt grandissant pour le réseau Internet.....	p 27
A/ Net art : définition d'une nouvelle forme d'expression artistique	p 27
B/ Préhistoire du Net art.....	p 28
Chapitre 2 :	
Héritages esthétiques.....	p 30
I. « Dé-subjectivation » de l'art.....	p 31
A/ Héritage de l'esthétique de l'ornement.....	p 31
a. <i>Simplification formelle et structurelle de l'œuvre d'art.....</i>	p 32
b. <i>Implications sociologiques de l'esthétique de l'ornement.....</i>	p 34
c. <i>Aspect rationnel et scientifique des œuvres du Computer Art.....</i>	p 35

B/ Héritage de Marcel Duchamp.....	p 36
a. Déshumanisation de l'œuvre d'art.....	p 37
b. Dématérialisation de l'œuvre d'art.....	p 38
C/ Héritage des années 60-70.....	p 41
a. Communication sans information.....	p 41
b. Mise en avant des spécificités du médium.....	p 43
c. Un retour au Formalisme ?.....	p 45
II. Le Sublime technologique.....	p 47
A/ Survivance du Sublime dans l'art.....	p 47
B/ Un climat technophobe.....	p 49
C/ « Thématization » de l'espace et du temps.....	p 52
a. Bouleversements de l'équilibre spatio-temporel généré par les nouvelles technologies.....	p 52
b. L'Infini dans le temps et dans l'espace.....	p 53
D/ Réappropriation des technologies par la programmation..	p 56
Chapitre 3 :	
Pour une nouvelle esthétique.....	p 58
I. La révolution du Web.....	p 59
A/ Dépendance technologique.....	p 59
B/ La fin du linéaire et des grands récits.....	p 60
C/ Rupture épistémologique.....	p 61
D/ Formation d'une hyper-conscience.....	p 62
II. Reconfiguration de notre expérience esthétique.....	p 57
A/ La notion d'artiste en voie de disparition.....	p 57
a. Partage des compétences.....	p 57
b. Rôle de l'interactivité.....	p 58
B/ L'œuvre d'art : insaisissable.....	p 69
a. Le flux et le transitoire.....	p 69
b. Mise en cause définitive de l' « aura ».....	p 71

III. Positionnement par rapport à l'Art Contemporain.....	p 72
A/ L'Esthétique de la communication et la création actuelle..	p 73
<i>a. L'anachronisme de la production artistique depuis 1980.....</i>	<i>p 73</i>
<i>b. La crise de l'Art Contemporain.....</i>	<i>p 76</i>
B/ L'Esthétique de la communication et le système de l'art...	p 77
Conclusion.....	p 81
Biographie.....	p 83
Sélection de sites Internet.....	p 87
Glossaire.....	p 90
Illustrations.....	p 92

Remerciements

Je remercie l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne et tiens à exprimer toute ma gratitude envers mon directeur de mémoire, Madame Welger-Barboza, maître de conférences en Science de l'Information et de la Communication et en Histoire de l'art à l'Université Paris 1, pour ses suggestions et son soutien qui ont accompagné toute l'évolution de mon travail. J'aimerais saluer ses efforts pour dynamiser le secteur de la recherche dans ce domaine grâce à l'organisation de nombreux colloques et conférences sur le thème des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Ma considération va bien entendu à ces artistes qui continuent à exploiter les possibilités du réseau et plus généralement des nouveaux média, ainsi qu'aux acteurs du monde du Net art. Je remercie chaleureusement toute l'équipe du Cube - Art/3000 (espace multimédia, situé à Issy-les-Moulineaux) et en particulier Rémy Hoche, avec qui j'ai eu la chance de collaborer et grâce à qui j'ai pris goût pour le numérique. Ma considération va aussi aux lecteurs de cette étude pour l'intérêt qu'ils portent à ce sujet.

Je remercie Signora Cinelli et Signora Iamuri, maîtres de conférences en Art Contemporain à l'Université Roma3, où j'ai effectué mon année de Master 1, pour leurs conseils sur les sources italiennes susceptibles d'enrichir ma recherche. Un grand merci également à Madame Cazalé, critique spécialisée dans les nouveaux média pour ses précieuses adresses de sites Internet, ainsi qu'à Yves Michaud pour sa dédicace personnelle de *L'art à l'état gazeux* qui a nourrit ma réflexion. Je tiens à remercier enfin toutes les personnes qui ont su encourager et valoriser cette recherche, je pense en particulier à Pierre Alègre, ainsi qu'au comité de lecture qui s'est spontanément constitué.

Introduction

« ...par suite de l'accélération permanente de l'évolution dans les diverses branches de l'activité humaine, il est devenu absolument nécessaire de prévoir des conditions de cette évolution, car les échéances d'arrivée des paliers raccourcissent à un rythme rapide. Sans une certaine prévoyance nous risquons d'être dépassés par les événements, ou d'être mal orienté»¹.

Nicolas Schöffer, sculpteur français d'origine hongroise, 1972

Quelles seront les conditions de création de demain ? Cette question, qui fut au centre des préoccupations des avant-gardes des années 60-70, réapparaît depuis peu sous la plume du professeur Mario Costa, né en 1936 à Torre de Greco, dans la région de Naples en Italie. Philosophe et titulaire de la Chaire d'Esthétique de l'Université de Salerne, Mario Costa a donné une interprétation philosophique à de nombreuses avant-gardes artistiques, en s'intéressant plus particulièrement, à l'exploitation des nouveaux média depuis le début des années 70. Auteur d'une quinzaine d'essais, publiés en France et en Italie, il cherche à en dessiner les implications philosophiques et esthétiques. Il apparaît comme l'un des premiers intellectuels à mettre l'accent sur la valeur esthétique des nouveaux média.

L'Esthétique, introduite par le philosophe allemand Baumgarten au XVIIIe siècle, est une branche récente de la philosophie de l'art. Elle porte sur l'appréciation, la réception et l'évaluation des œuvres. Hegel, que Mario Costa cite fréquemment dans ses ouvrages, fut le premier à établir un lien entre l'Esthétique et l'Histoire de l'art. Toutefois, lorsque Mario Costa traite de l'Esthétique, il ne se réfère pas seulement à cette catégorie de la philosophie qui vise à l'évaluation qualitative d'une œuvre, mais lui apporte une plus large signification. On doit au philosophe italien d'être à l'origine de notions telles que le Sublime technologique, et celle de l'Esthétique de la communication, une définition synthétique et esthétique liée aux dispositifs technologiques de contacts à

¹. Nicolas Schöffer, *La Ville cybernétique*, Paris, Denoël-Gonthier, 1972, cité par Jean-Louis Ferrier dans *L'Aventure de l'art au XXe siècle*, Paris, Hachette, 1990, p.693

distance qui donnera naissance au début des années 80 à un courant artistique du même nom.

De telles notions s'appliquent à un type de production artistique bien précis que nous nous efforcerons de définir, et qui, d'après Costa sont aujourd'hui bien connues et pratiquées. Internet étant le moyen de communication privilégié à l'heure actuelle, nous seront amenés à évoquer une pratique artistique émergente, qui intéresse tout particulièrement le groupe de l'Esthétique de la communication, à savoir le Net Art, également connu sous le nom de « Web art » ou « Cyberart ». Afin de rester fidèles au raisonnement de Mario Costa, nous devons circonscrire notre champ d'étude des œuvres qui circulent sur le réseau et de fait nous n'analyseront que les exemples choisis par le philosophe italien pour illustrer ses théories. Le lecteur pourra cependant approfondir sa connaissance du Net art grâce aux références et sites d'œuvres indiqués dans la bibliographie. Aussi ferons nous l'économie de nous inspirer des nombreuses références philosophiques auxquelles Costa fait très fréquemment appel, afin d'éviter de nous engager sur des territoires que nous maîtrisons peu ou pas encore. Nous ne traiterons donc que de l'Esthétique relative à la Théorie de l'art et non à la Philosophie. Autre précision, cette fois d'ordre sémantique, lorsque nous évoquerons l'Esthétique de la communication, nous parlerons à la fois de la pratique artistique, du collectif et du courant de pensée qui l'accompagnent.

Notre choix s'est porté sur Mario Costa, l'un des trois co-fondateurs avec Fred Forest et Horacio Zabala du groupe l'Esthétique de la communication, car, étant donné son ancienneté et son parcours de philosophe et de professeur en Esthétique, son discours apparaît moins polémique que théorique, contrairement à son homologue français. Autre figure emblématique et certainement la plus médiatique de l'Esthétique de la communication, Fred Forest est l'auteur d'essais engagés tels que *Pour un art actuel* (1997), *Fonctionnement et disfonctionnement de l'Art Contemporain* (2000), *Repenser l'Art et son enseignement* (2002).

L'objet de cette étude n'est donc pas de prendre parti pour des positions parfois radicales de certains protagonistes de l'Esthétique de la communication, mais de mettre en exergue quelques grands principes de ce courant, en nous référant aux théories de Mario Costa que nous nous efforcerons de clarifier. Il n'est pas non plus question d'enfermer de manière arbitraire l'Esthétique de la

communication dans une catégorie quelconque, mais d'apporter un éclairage sur la création d'œuvres sur Internet, afin de mesurer l'impact de l'émergence d'un tel courant sur la scène artistique contemporaine. Nous nous abstiendrons par ailleurs d'alimenter le débat qui sépare les adeptes des nouvelles technologies de ses détracteurs, et nous chercherons à positionner l'Esthétique de la communication par rapport à son contexte historique et artistique. Est-elle en rupture ou en continuité avec son temps ?

Dans les pages qui suivent, nous procéderons en trois temps. La première partie, davantage historique sera consacrée à la naissance et à la définition du groupe de l'Esthétique de la communication, ainsi que du profil et des liens qui unissent ses protagonistes. Puis nous proposerons une synthèse de quelques principes esthétiques démontrés par Mario Costa, qui s'efforce en permanence d'établir des filiations entre ce courant émergeant et une multitude d'orientations artistiques et philosophiques antérieures à la naissance du groupe. Nous élargiront notre réflexion en faisant appel, en dernière partie, au soutien théorique d'autres penseurs, qui viendront appuyer l'idée que l'Esthétique de la communication est une forme d'expression résolument nouvelle, qui anticipe un grand nombre de problématiques des arts du futur.

CHAPITRE 1
NAISSANCE D'UN COURANT

I. NOUVELLE PRATIQUE ET THEORIE ESTHETIQUE

A/ Octobre 1983 : naissance du collectif

Au cours de l'année 1983, du 27 au 29 octobre, la commune de Mercato San Severino, petite province de Salerne au sud de l'Italie, fut sollicitée pour organiser une manifestation qui visait à sensibiliser les enseignants de la région à l'utilisation de manière expérimentale des nouveaux media. A cette occasion l'argentin Horacio Zabala, le français Fred Forest et l'italien Mario Costa, co-rédigèrent et signèrent le premier manifeste de l'Esthétique de la communication intitulé tout simplement, // Manifesto

¹ dont voici l'intégralité :

« La « realtà » è oggi costituita da una molteplicità e da una varietà simultanea di *funzioni di scambio*.

Ciò che viene scambiato diventa sempre più secondario rispetto ai meccanismi dello scambio.

Noi non escludiamo la possibilità di indagare l'universo dell'implosione e della ibridazione dei « significati », ma sosteniamo la preponderanza dei circuiti e delle funzioni sulle informazioni.

L'informazione coincide del tutto col *sistema di senso* che la supporta.

Su queste premesse noi fondiamo un primo Nucleo di lavoro e di ricerca sull'*estetica della comunicazione e dei sistemi* e ci muoviamo per la formazione di una più ampia aggregazione internazionale costituita da tutti quelli che significativamente lavorano e agiscono in tal senso. »

Mario Costa, Fred Forest, Horacio Zabala

A Mercato San Severino (Salerno), il 29 ottobre 1983.

qui, traduit en français par Mario Costa², signifie :

« La « réalité » est aujourd'hui constituée d'une multiplicité variée et simultanée de fonction d'échanges.

¹. Mario Costa, *L'Estetica della comunicazione*, Rome, Castelvechi, 1999, p.9

². Cf. <http://www.webnetmuseum.org>

Le contenu de l'échange devient de plus en plus secondaire par rapport au mécanisme de l'échange.

Sans exclure la possibilité d'explorer l'univers de « l'implosion » et de « l'hybridation » des « signifiés », nous soutenons la prépondérance des réseaux et des fonctions sur l'information elle-même.

L'information coïncide avec son « système de sens ».

Sur ce principe nous fondons un premier groupe de travail et de recherche sur « l'Esthétique de la communication et des systèmes, dans la perspective d'une plate forme internationale continuée par tous ceux qui significativement travaillent et opèrent dans ce sens. »

Mario Costa, Fred Forest, Horacio Zabala

Au Marché San Severino (Salerne), le 29 octobre 1983.

Ce bref manifeste et, nous avoue Mario Costa¹, rédigé en hâte, annonce un changement de notre société dans son rapport à la communication. Il trace brièvement les grandes lignes du programme de recherche de ce premier noyau constitué, insistant sur le fait que leur travail se focalisera sur la communication elle-même, et incite d'autres artistes internationaux à joindre l'Esthétique de la communication. L'appel de ses trois personnalités eu un fort impact dans le monde de l'art puisque dans les semaines qui suivirent, se joignirent au premier groupe de travail, les artistes : Roy Ascott (G.B.), Jean-Claude Anglade (France), Roberto Barbanti (Italie), Stephane Barron (France), Bure-Soh (Chine), Marc Denjean (France), Eric Gidney (Australie), Jean-Pierre Giovanelli (France), Philippe Hélyary (France), Nathan Karczmar (Israël), Derrick de Kerckhove (Canada), Tom Klikowstein (U.S.A.), Jean-Marc Philippe (France) et Wolfgang Ziemer-Chrobotzek (Allemagne).

¹. Ibid., p.13

B/ Mario Costa et Fred Forest : co-fondateurs du collectif

A partir de la fin des années 70, Mario Costa s'est majoritairement consacré à l'étude des nouveaux media dont il recherche à dessiner les implications philosophiques et esthétiques. Au cours de ces mêmes années, il prend une part active dans la promotion de l'« Art Vidéo » en Italie du Sud et attaque vigoureusement les théories d'un grand penseur italien : Achille Bonito Oliva. Le nombre d'artistes gravitant autour de Mario Costa ne cessera d'augmenter d'années en années. Il tient, depuis la naissance du collectif, le rôle de chef de file, de penseur, de rassembleur mais aussi de découvreur. Ces pionniers, dont le profil et la nationalité sont multiples, ont pour la plupart travaillé depuis le début des années 70 sur l'investigation des technologies de la communication. On pense par exemple, au grec Mit Mitroupolos, à l'américain Kit Galloway, à l'anglais Roy Ascott, et bien sûr à Fred Forest.

Mario Costa nous informe, dans son essai intitulé *L'Estetica della comunicazione*¹, que l'entente avec Fred Forest fut immédiate et profonde, tant au point de vue des idées qu'ils s'échangent en permanence, que sur le plan humain². Il semblerait en fait que le binôme Costa-Forest fasse office de « chef de file » du groupe de l'Esthétique de la Communication. C'est d'ailleurs à Fred Forest que l'on doit l'appellation « Esthétique de la communication », (au demeurant discutée, car jugée trop universitaire par le penseur canadien Derrick de Kerckhove, directeur du programme Marshall McLuhan de l'Université de Toronto et membre de l'Esthétique de la communication depuis 1986³. Fred Forest l'avait en effet utilisé pour la première fois pour un article paru dans Hebdomadaire TEL en janvier 83.

Ancien dessinateur pour la presse (Les Echos et Le Combat), Fred Forest, né à Mascara en Algérie en 1933, multiplie dès le début des années 70 des actions artistiques spectaculaires à grand impact médiatique. Il est également connu pour avoir été le co-fondateur en octobre 1974, avec Jean-Paul Thénot et Hervé Fischer, du collectif de l'« Art Sociologique ». Lorsque Mario Costa l'a

¹. Mario Costa, *L'Estetica della comunicazione*, Rome, Castelvechi, 1999

². Op.cit., p.10

³. Op.cit., p.72

rencontré pour la première fois, Fred Forest s'intéressait déjà depuis une dizaine d'années aux nouveaux media, avant tout pour leurs implications sociologiques.

Les artistes de l'« Art Sociologique » aspirent à une pratique qui se fonde sur le détournement et le renouvellement des méthodes traditionnelles de la sociologie tels que les questionnaires et les statistiques, qu'ils jugent bien souvent stériles et inadéquates, dans le but de souligner les faiblesses de l'Art dit « officiel ». Le collectif adopte rapidement une démarche résolument subversive et provocante et cherche de manière critique à démontrer que le rapport à un ordre social par le biais des télécommunications n'est pas si naturel et encore moins nécessaire. Ils mettent ainsi l'accent sur un certain conditionnement d'une société de l'information désormais dominée par les medias de communication de masse.

Le collectif affirme par ailleurs son extériorité voire son opposition aux circuits officiels de l'art (maisons de ventes, galeries, musées, critiques d'art, magazines, biennales, foires de l'art, etc.), aux ordres politiques et administratifs (mass media, partis politiques, syndicats, municipalités, polices, organismes de contrôle, de censure, groupes de pression etc.)¹. Leur revendication se manifestait généralement par des actions ou des performances visant à questionner, dynamiser ou perturber les circuits de communication. Mario Costa nous rappelle quelques unes des interventions de Fred Forest, s'appropriant les media télévisuels ou bien la presse écrite, telles que le fameux espace blanc publié le 12 janvier 1972 dans le journal *Le Monde*, ou encore la minute d'interruption, la même année, du journal télévisé sur Antenne 2, ancienne chaîne nationale française². Fred Forest est aussi un artiste très prolifique ayant jusqu'aujourd'hui réalisé une soixantaine de projets artistiques³.

Mario Costa reconnaît à Fred Forest le mérite d'avoir été l'un des premiers artistes à avoir mis en avant l'efficacité de l'information et sa forte pénétration dans notre quotidien, et surtout à avoir compris que l'univers de l'information est désormais entièrement contrôlé par les media de masse. Sa réflexion portée sur la communication elle-même (ses codes, son détournement, ses fondements

¹. Fred Forest et Hervé Fischer, *Manifeste de l'art sociologique I*,
Cf. <http://www.webnetmuseum.org>

². Ibidem

³. Fred Forest illustre et décrit chacune de ses oeuvres sur les sites. <http://www.fredforest.org> et
<http://www.webnetmuseum.org>

idéologiques, symboliques et esthétiques), sa pratique artistique à la fois marginale, expérimentale, interrogative et critique, son investissement théorique et pratique des techniques de l'information et son désir d'un renouvellement esthétique, sont autant de raisons qui ont poussé Mario Costa à s'intéresser sérieusement à la démarche de Forest. Mario Costa ne manque pas cependant de remarquer la tendance de Fred Forest de confondre les enjeux et les investigations du collectif qu'il a jadis fondé, l'Art Sociologique, et de celui émergeant, l'Esthétique de la communication¹. C'est pourquoi, Costa, distingue clairement l'état d'esprit des deux collectifs, bien qu'il se soit largement inspiré des actions et de la pensée de Fred Forest. En effet Mario Costa privilégie moins une approche sociologique de l'art, qu'une approche conceptuel et théorique. En outre, l'Esthétique de la communication est moins soumise à une idéologie militante et engagée politiquement que l'« Art Sociologique ». L'Esthétique de la communication est à la fois une pratique artistique et une réflexion qui vise à thématiser un certain nombre de mutations actuelles d'ordre esthétique. Elle s'éloigne de ce fait des intentions de l'Art Sociologique et plus largement d'un certain nombres de courants des années 60 et 70 (tels que Fluxus, le groupe GRAV et les Nouvelles Tendances de l'Art cinétique, le Nouveaux Réalisme pour ne citer que les principaux courants) qui voulaient rapprocher l'art de la vie, et vice versa.

C/ Mise en place d'une campagne de médiatisation

De même que les artistes de l'Art Sociologique ont voulu clarifier leurs intentions en publiant pas moins de cinq manifestes, en l'occurrence dans le quotidien *Le Monde*, (le dernier datant du 7 février 1980), Mario Costa s'est emparé de la presse écrite pour faire connaître le collectif qu'il venait de fonder, en publiant dès 1984 *II Manifesto* dans plusieurs media. On note cependant un changement dans la stratégie de promotion qui accompagne la formation du collectif. Force est de constater en premier lieu que Mario Costa s'est adressé à un public averti et international puisqu'il a fait appel à des revues ou des journaux spécialisés. *II Manifesto* est ainsi publié à Paris, dans *Art Press* (mai 1984) et dans

¹. Mario Costa, *L'Estetica della comunicazione*, Rome, Castelvechi, 1999, p.11

l'Opus International (été 1984), à Bruxelles dans Plus Moins Zéro (été 1984), en Italie dans Lapis/arte (décembre 1983) et enfin dans la revue d'Ars (avril 1984). Par ailleurs, les artistes de l'Esthétique de la communication ne se sont pas seulement contentés d'un simple effet d'annonce pour rendre public les théories de Mario Costa. En effet, ils mettent en place une véritable campagne de médiatisation en investissant, de 1983 à 1986, les lieux de rencontre et de discussion incontournables pour ceux qui s'intéressent aux liens qui unissent les expériences artistiques aux technologies de la communication (expositions, signatures, colloques, séminaires, etc.), et ce, afin de présenter ce manifeste et la démarche de ce groupe d'artistes internationaux nouvellement constitué.

Mario Costa se charge ainsi de présenter les intentions et les principes de l'Esthétique de la communication à Paris dans des lieux institutionnels aussi prestigieux que le Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris, (en décembre 1983, à l'occasion de l'exposition « Electra », organisé par Frank Popper), le Centre George Pompidou, (en mai 1983, pour la revue *Parlée* de Blaise Gautier), et enfin quelques semaines plus tard à la Sorbonne à l'occasion du séminaire intitulé « Philosophie de l'art », dirigé par Olivier Revault D'Allones. Derrick de Kerckhove, quant à lui, participe à « Communication in Art Seminar », (Toronto en 1985), l'artiste Natan Karczmar à « Artcom Israël », (Jérusalem en 1984), et l'artiste et galeriste allemand Wolfgang Ziemer à « Artcom Köln », (Cologne en 1986)¹. A noter, par ailleurs la volonté des premiers membres de l'Esthétique de la communication d'introduire dans le milieu universitaire, les notions théoriques en rapport aux nouveaux media. Les artistes que nous évoquerons dans ce chapitre ont d'ailleurs pour la plus part rédigé une thèse de Doctorat à ce sujet.

Ces manifestations sont bien entendu accompagnées de nombreuses publications, l'occasion pour l'Esthétique de la Communication d'enrichir son propos. L'objectif affiché est de créer un consensus autour des théories de Costa, au sein et à l'extérieur du collectif, et de la sorte d'obtenir d'une certaine légitimation de la part des spécialistes de l'Art de la communication, et enfin d'augmenter le réseau d'artistes et de chercheurs en contact avec le collectif. L'Esthétique de la communication a rapidement suscité l'intérêt de penseurs de grande renommée comme le critique Pierre Restany, (que l'on ne présente plus),

¹. Op.cit., p.17

les philosophes Marshall McLuhan, Paul Virillio et Pierre Lévy, la critique Annick Bureau, spécialiste des nouveaux media, du sociologue Pierre Moeglin, professeur au laboratoire des Sciences de l'information et de la communication de l'Université Paris Nord, et enfin de Frank Popper, commissaire d'exposition et professeur d'Esthétique et de Science de l'Art à l'Université Paris VIII¹. Par ailleurs, Catherine Millet, directrice de la revue spécialisée Art Press, a consacré un numéro spécial sur l'Esthétique de la communication².

L'ouvrage *L'Estetica della comunicazione* est une source précieuse puisque Mario Costa documente l'ensemble des textes publiés ou non, qui viennent enrichir les axes d'étude brièvement abordés dans le premier Manifeste. Cette dernière publication fut également l'occasion de donner la parole aux autres membres du collectif. Il rend compte des apports successifs théoriques de Mario Costa et nous permet de prendre connaissance des liens qui unissent chacun des protagonistes du courant et de leurs contributions théoriques respectives. Mario Costa rend démocratiquement compte des problématiques qui les ont animés depuis plus de vingt ans, ainsi que de leurs incertitudes et de leurs désaccords.

Il s'agit là d'un échange de pensées sur des sujets pointus, et non d'une idéologie immuable que doivent suivre des artistes praticiens. Cette idée de collaboration intellectuelle et de perfectionnement idéologique est fréquente dans la pensée de Mario Costa. La publication de *L'Arte Contemporanea*, écrit par Anne Cauquelin, traduit en italien par Costa en est un bon exemple. Il n'hésite pas, qui plus est, à y ajouter une contribution théorique en Appendice, tout en réaffirmant son intérêt pour l'approche du professeur français sur l'Histoire de l'Art actuelle, qu'il juge fort lucide. Anne Cauquelin fut d'ailleurs invitée à participer à la huitième édition du séminaire Artmedia qu'organise régulièrement Mario Costa depuis 1983. Il n'hésite pas non plus à rééditer *Il sublime tecnologico*, alors que la première parution date seulement de 1990, pour y intégrer quelques rajouts en Appendice afin d'établir des filiations entre le Sublime et certains nouveaux champs d'expérimentations artistiques tels que la vidéo ou encore l'image de synthèse.

¹. Cf. <http://www.webnetmuseum.org>

². Revue mensuelle, *Art Press*, n.122, février 1988

Les théories qui émanent de ce collectif sont donc en perpétuelle gestation, l'un des principes fondamentaux du groupe étant l'expérimentation, conscient que les télécommunications et le numérique évoluent sans cesse.

D/ Principes et intentions

A ce stade de notre raisonnement, il nous paraît nécessaire d'évoquer plus en détail quelques grands principes¹ théoriques qui unissent ces artistes, des principes que nous serons amenés à approfondir dans les prochains chapitres. Nous avons vu que l'objet d'étude des artistes de l'Esthétique de la communication est, comme l'intitulé du collectif l'indique, la communication elle-même. Ces artistes ne produisent donc pas des objets mais sont à l'origine de performance ou de projets participatifs que Mario Costa appelle « évènements ». Ces événements ne sont réalisés qu'à partir de media de contact à distance : télégraphe, téléphone, radio, télévision, fax, télé-conférence, technologies satellitaires et la plus actuelle : la mise en réseau d'ordinateurs, c'est à dire Internet.

Fred Forest définit le rôle de l'Esthétique de la communication en ces termes : « ce que l'artiste de la communication vise à exprimer c'est que nous sommes situés au centre d'un processus global d'informations et que son fonctionnement complexe place l'individu dans une position inédite où il se voit mis en demeure d'inventer les nouvelles formes de régulations de son milieu, les nouveaux modèles de représentation d'une « réalité » en crise permanente... Le but des artistes de la communication est donc de nous faire prendre conscience comment le champ du sensible s'en trouve affecté et comment ces nouvelles 'formes du sentir' ouvrent de nouvelles voies esthétiques² ». Ces artistes sont convaincus, et nous expliquerons ultérieurement pour quelles raisons, que l'utilisation de ces nouveaux moyens de communication modifie en profondeur l'Esthétique, d'où la volonté de Mario Costa de doter l'Histoire de l'art d'un nouvel appareillage théorique, seul d'après lui en

¹. Mario Costa, « Principes d'une Esthétique de la communication » (1986), dans le recueil *art réseaux média*, auteurs Annick Bureau et Nathalie Magnan, Paris, éd. Ecole Nationales des Beaux Arts de Paris, 2002, p.220

². Fred Forest, *Pour un art actuel*, Paris, L'Harmattan, 1998, p.93

accord avec son temps, enrichie d'une nouvelle armature théorique, une esthétique qui se distingue des précédentes modernes ou contemporaines. Mario Costa va même plus loin en distinguant l'Esthétique de la communication des deux autres catégories d'esthétiques actuelles qui découlent de l'intégration des nouveaux media dans le champ artistique, à savoir celle de la représentation (photographie, cinéma), et celle de la simulation (hologrammes, images et sons de synthèse). Tel que l'affirme Derrick de Kerckhove, « Pour Mario Costa, le problème de l'esthétique de la communication n'est pas un problème purement académique, (...) mais un appel qui invite le public à ouvrir les yeux sur la nouvelle perception du monde dans lequel nous évoluons »¹.

Ajoutons que l'idéologie commune à tous les artistes de l'Esthétique de la communication est la collaboration et la délocalisation de l'attention. Tandis que les premières expériences esthétisantes tendaient, sous l'influence de l'Art Sociologique, vers une simple mise en relation de media à un espace social donné, et qui prirent généralement la forme de performances, se mettent en place progressivement des dispositifs toujours plus complexes. L'« événement » a pour objectif de mettre en exergue les spécificités de chaque media, privilégiant l'activation de circuits de communication au détriment du contenu, la mise en avant de changements de perception de l'espace et temps qui contribuent à la réapparition du sentiment du Sublime.

La diversité est également l'un des grands principes du groupe. Les pratiques de l'Esthétique de la Communication se diversifient rapidement et englobent plusieurs sous-disciplines: l'art télématique, (Roy Ascott, Marc Denjean, Robert Adrian, David Rokeby et Norman White), l'art robotique (Edouardo Kac, Ken Goldberg), l'art de la performance télé-communicationnelle (Fred Forest, Kit Galloway, Stéphan Barron), l'art des installations reliant des dispositifs de communication (Patrick Prado, Mit Mitropoulos), la musique électronique (Pietro Grossi) et par la suite le Net art (Fred Forest, Michael Chevalier, Olivier Auber, Stéphane Barron, Jean-Pierre Balpe etc.).

Toujours dans la continuité de l'Art Sociologique, l'humour et la provocation sont également très présents. On se souvient de l'événement, réalisé à l'occasion

¹. Mario Costa, *Il sublime tecnologico*, Rome, Castelvechi, 1998, p.8

de la deuxième édition du séminaire Artmedia à l'Université de Salerne en 1986, par les artistes canadiens Doug Back et Norman White, (l'un des pionniers de l'art télématique), intitulé *Telephonic Arm-Wrestling* (figure 1), « bras de fer téléphonique » en français. D. Back et N. White combinent système de communication et assemblage robotique afin d'organiser un bras de fer. Ces deux dispositifs reliés par une ligne téléphonique étaient situés de part et d'autre de l'Atlantique à plus de 6000 kilomètres de distance. L'idée du projet naquit dans un bar : il s'agissait de mettre en scène des concurrents, résidant dans deux villes différentes, de manière à ce qu'ils accomplissent un bras de fer par le biais de systèmes de transmission d'énergie motorisés et interconnectés par une ligne téléphonique.

Au-delà de la prouesse technologique que relève cette réalisation, on retiendra le ridicule de la situation, ostensiblement voulu par les artistes bien évidemment. En effet suite au décalage entre l'émission et la réception de la liaison téléphonique, il fut impossible aux concurrents de s'affronter vraiment. Dans certains cas même, les deux concurrents pouvaient gagner en même temps. Les artistes canadiens offrirent ainsi une réponse emprunte d'ironie à la politique de la Guerre Froide reposant fondamentalement sur un schéma binaire gagner-ou-perdre. Héritiers une fois encore des actions de l'Art sociologique, les artistes de l'Esthétique de la communication tendent à rendre « visible » l'invisibilité des réseaux de communication. Ceux-ci mettent ainsi en avant la transparence de l'information et rendent sensible de manière critique l'univers communicationnel. Anne Cauquelin, qui aborde en fait l'histoire des arts technologiques dans *L'Arte Contemporanea*, qualifie leurs démarches de « Ready made invisible »¹.

L'objectif affiché des artistes de l'Esthétique de la communication est donc d'esthétiser les instruments de la communication récemment intégrés dans la sphère de l'Art, ainsi que de conceptualiser leurs actions, sous l'impulsion de Mario Costa.

¹. Anne Cauquelin, *L'Arte Contemporanea*, Naples, Tempo Lungo, 2000, p.122

II. GENESE DE L'ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION

A/ Signaux précurseurs

Connaisseur de l'Histoire de l'Art, Mario Costa reconnaît pleinement que l'idée d'une interprétation esthétique des technologies de la communication est bien antérieure à 1983. De fait, Mario Costa, dont le souci est d'établir des rapprochements entre les technologies de la communication et les expériences artistiques, inclue une chronologie¹ à la fin *L'Estetica della comunicazione*, remontant des premières transmissions de lignes télégraphiques, instaurées par Samuel Morse en 1844 entre New York et Baltimore, à la rédaction du manifeste de l'Esthétique de la communication en octobre 1983. Mario Costa illustre de tels rapprochements en énumérant un grand nombre de manifestes (*Manifeste du Théâtre Radiophonique* publié en 1933 par Marinetti, celui de Lucio Fontana, *Manifeste Blanc*, publié en 1946, ou encore celui de Isidore Isou, fondateur du Lettrisme, sur la « Téléscript-peinture », 1963). L'intérêt croissant pour l'utilisation des nouvelles technologies et en particulier de l'ordinateur à des fins esthétiques apparaît au début des années 60. Dans sa chronologie, Mario Costa semble pourtant faire l'économie de mentionner le rôle joué par l'Art Sociologique que nous évoquons plus haut ou encore celui l'Art Vidéo (Nam June Paik, Wolf Vostell, Steina et Woody Vasulka, Bruce Nauman, Douglas Davis, Dan Graham...). On n'insistera d'ailleurs jamais assez sur les liens idéologiques qui unissent ces deux tendances. On aurait pu s'attendre par ailleurs à ce que Mario Costa consacre d'avantage d'espace aux actions des futurs protagonistes de l'Esthétique de la communication, à peine esquisse-t-il leur portrait.

Mario Costa reconnaît à Moholy-Nagy, et il est loin d'être le seul, la première expérience signifiante qui consiste à utiliser un réseau de communication à des fins artistiques : *Tableaux téléphoniques* (1922). Moholy-Nagy aurait dicté son tableau à un contremaître d'une fabrique en utilisant un nuancier et du papier millimétré. Son tableau aurait ainsi été exécuté en trois dessins préparatoires de formats divers. « J'avais le nuancier de l'usine devant les yeux ainsi que mon dessin, réalisé sur papier millimétré. A l'autre bout du fil, le

¹. Mario Costa, *L'Estetica della comunicazione*, Rome, Castelvechi, 1999, p.161-171

directeur de la fabrique tenait devant lui une feuille de ce même papier, divisée en carrés. Il y transcrivait les formes que je lui indiquais dans la position adéquate. (C'était comme jouer aux échecs par correspondance). L'un de ces tableaux me fut livré en trois dimensions différentes, ce qui me permit de voir les subtiles variations provoquées dans les relations de couleur par l'agrandissement et la réduction.»¹.

Le brésilien Edouardo Kac (que cite Costa dans *Internet et globalisation esthétique*²) a travaillé sur l'artiste hongrois et nous révèle dans un article intitulé « Aspects de l'esthétique communicationnelle³ » l'existence de trois versions de cette même histoire, celle de l'artiste et celles de ses deux épouses, si bien qu'on ne saura jamais réellement si l'artiste a bel et bien passé la commande par téléphone. Si le témoignage de l'artiste est exact, ce qui semble être le plus probable malgré le manque de preuve, alors *Tableaux téléphoniques* est une œuvre capitale dans l'Histoire de l'art. En effet, non seulement Moholy-Nagy aurait anticipé à la fois l'Art informatique et peut être aussi l'Art conceptuel des années 60 en inventant un procédé de pixellisation, mais c'est surtout la première fois dans toute l'Histoire de l'art qu'une transmission quelconque devient un élément significatif dans une œuvre. A cela s'ajoute l'idée d'une des premières tentatives d'acte artistique délocalisé, qui sera systématisé par la suite par les artistes de l'Art Minimal des années 70. Trois ans plus tard, l'artiste hongrois publie dans les colonnes du journal « Bauhausbücher » quelques photographies transmises par l'intermédiaire d'un télégraphe sans fil, mettant ainsi l'accent sur le caractère instantané de ces images.

Les premières expériences des membres de l'Esthétique de la communication (Fred Forest, Stéphane Barron, Robert Adrian, Roy Ascott, Kit Galloway, Pietro Grossi...), prenant la communication comme objet d'étude, sont elles aussi bien antérieures à la formation du collectif en 1983 et remontent aux années 70. On distingue alors deux grandes tendances : celle dont les artistes exploitent en priorité les moyens de communication traditionnels (correspondances, envois postaux etc.), comme le Mail art, par exemple, qui

¹. László Moholy-Nagy, interviewé dans *The New Vision and Abstract of an Artist* New York, Wittenborn, 1947, p.79

². Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique*, Paris, L'Harmattan, 2003, p.91

³. Edouard Kac, « Aspect de l'Esthétique communicationnel » (1986), dans le recueil *Art Réseaux Média*, auteurs Annick Bureau et Nathalie Magnan, Paris, éd. Ecole Nationales des Beaux Arts de Paris, 2002, p.220

s'apparente à un système de correspondance avec un certain public, anonyme ou non, et/ou entre artistes, et celle qui combine des technologies mixtes parfois très sophistiquées : installations, vidéo, radiophonie, photocopies, fax, Slow Scan (transmission d'images par téléphone)... Toutefois, ces premières expériences dépourvues de tout soutien théorique restent, d'après Mario Costa, un peu superficielles et irréfléchies.

En outre, à mesure que les technologies de la télécommunication évoluent, les dispositifs artistiques deviennent de plus en plus complexes et par conséquent suscitent davantage l'intérêt. On pense notamment à l'avènement du réseau Internet au début des années 90 suite à la mise en place du système hypermédia « www » par Tim Berners Lee. Ce qui explique, nous semble-t-il, la raison pour laquelle Mario Costa attache une plus grande importance aux expériences réalisées à partir des années 80.

Arrêtons nous un instant sur quelques projets qui ont marqué l'histoire de l'Art de la communication. Une poignée de projets appartenant à la seconde catégorie ont retenu notre attention, en l'occurrence celui de l'américain Kit Galloway, *Satellit Arts Project*, 1977. Kit Galloway est connu pour avoir dirigé avec Sherrie Rabinowitz, l'un des premiers lieux de rencontre à Los Angeles en 1984, donnant l'accès à des appareils téléphoniques, fax, écrans de visualisation ainsi qu'à des ordinateurs faisant office de terminaux de télécommunication : l'« Electronic Café »¹. L'idée était de donner la possibilité de rentrer en contact avec d'autres cafés semblables situés dans la même ville, le même pays ou ailleurs dans le monde. En somme, « Electronic Cafe » était en quelque sorte le prototype des actuels « Cyber-café ». Revenons à *Satellit Arts Projets*. Cette performance consistait à retransmettre par le biais de technologies satellitaires un ballet synchronisé de deux groupes de danseurs situés l'un et l'autre à des milliers de kilomètres. Chaque groupe de danseurs disposait d'un moniteur, leur permettant de visualiser la chorégraphie de l'autre de manière à pouvoir danser ensemble sur le même rythme.

En 1980, Robert Adrian, également connu sous le nom d'Adrian X et pionnier de l'Art de la communication, met au point *Art Box*². *Art Box* est le

¹. Mario Costa, *L'Estetica della comunicazione*, Rome, Castelvecchi, 1999, p.30

². Fred Forest, *Pour un art Actuel*, Paris, L'Harmattan, 1998, p.158

premier réseau artistique de courrier électronique fonctionnant à l'aide d'un système télématique de la compagnie IP Sharp. Il a été conçu afin de créer une communauté d'artistes susceptibles d'échanger leurs idées, leurs concepts, leurs opinions ou tout simplement de bavarder.

Autre exemple, Stéphane Barron¹ a réalisé une série de photographies au cours de son voyage entre Paris et Budapest à bord de l'Orient Express puis, arrivé à Budapest, il les a envoyés à sa galerie d'origine. Stéphane Barron a rejoint le collectif de l'Esthétique de la communication en octobre 1987, à l'occasion de la troisième édition d'Artmedia. Dans le même esprit, Don Foresta, ami de Fred Forest, avait reçu à la Biennale de Paris de 1982 des images provenant des Etats Unis par téléphone usant d'une forme de technologie bien particulière appelée Slow Can.

Enfin, l'une des actions des plus marquantes, ou du moins des plus médiatisées de cette période pré-1983, fut probablement celle de Roy Ascott, *La Plissure du Texte*², réalisée en décembre 1983 à l'occasion de l'exposition « Electra », au Musée Moderne de la ville de Paris. Artiste et théoricien britannique, Roy Ascott fait aussi partie des pionniers de l'Art de la communication. Il intègre les moyens de communication à sa démarche dès le courant des années 60. C'est à l'occasion de cette même exposition que Fred Forest, qui présentait de son côté *L'Espace communicant*, fit sa connaissance. C'est également la première fois que Roy Ascott emploie l'expression d'« Art télématique ». Cette forme d'expression artistique se fait au moyen d'un ordinateur fonctionnant en réseau grâce aux liaisons par téléphone, câble et satellite, établies entre des individus et des localités dispersées. Roy Ascott a ainsi mis au point un réseau d'ordinateurs reliant onze villes de part le monde, en Europe, en Amérique du nord et en Australie. Ce dispositif étant interactif, chacun est invité à modifier le texte, et donc à participer à l'élaboration du récit. *La Plissure du Texte* est en quelque sorte « un conte de fée planétaire »³. L'artiste a repris ainsi le principe du « cadavre exquis » inventé par les surréalistes, si bien que ce projet aboutit à des associations d'idées inattendues qu'un esprit isolé n'aurait pu formuler. L'artiste

¹. Ibid., p.156

². Ibid., p.154

³. Roy Ascott, *La Plissure du Texte*, catalogue de l'exposition Electra, Edition Musée Moderne de la Ville de Paris, 1983, p.18

reconnaît cependant le côté un peu naïf des contenus échangés¹, mais là n'était pas l'enjeu de son projet. En effet, malgré la simplicité du dispositif employé, constitué d'ordinateurs reliés à un système télématique IP Sharp, de claviers et d'un projecteur donnant au texte rédigé une dimension publique, l'originalité et la nouveauté de cette œuvre tient du fait que la participation au projet se fait à l'échelle planétaire et sort ainsi du schéma binaire, émetteur/récepteur des œuvres précédentes. Enseignant au College of Art de l'Ontario, Roy Ascott a toujours insisté sur la transversalité des media et leur caractère pédagogique. L'ensemble de ces actions a pour vocation de perturber le système d'exposition traditionnel et rend compte de la nécessité d'explorer les réseaux de communication.

B/ Artmedia : laboratoire expérimental de discussion et de promotion des technologies de la communication

Nous avons démontré que l'élargissement du groupe de l'Esthétique de la communication s'est fait au grès des rencontres plus ou moins hasardeuses, dans le cadre de séminaires ou d'expositions. L'émulation au sein du groupe témoigne de l'envie commune d'échanger leurs positions et de partager les expériences artistiques. Un événement en particulier fut déterminant pour la cohésion du groupe : le séminaire Artmedia. Un séminaire qui permit aux artistes de l'Esthétique de la communication de présenter leurs œuvres, (ou « événements » pour reprendre la terminologie de Mario Costa), mais aussi leurs revendications et leurs réflexions, et de fait inciter d'autres penseurs et artistes à rejoindre les positions du collectif pour former une contre-culture qui vise à déstabiliser le système de l'Art Contemporain. Mario Costa est lui-même à l'origine de ce séminaire et a le mérite d'avoir co-organisé pas moins de neuf éditions, dont sept ont eu lieu dans son pays natal, la dernière édition remontant à novembre 2005 (Salerne). Artmedia a une vocation scientifique réunissant aussi bien des ingénieurs, des penseurs, des chercheurs et des artistes. En tant que laboratoire

¹. Roy Ascott, Interview dans la revue *Art Press*, Hors Série n° 12 : spécial Nouvelles Technologies, p.19 et p22

de recherche, Artmedia est devenu un rendez-vous incontournable pour les artistes et les critiques spécialisés. On pense notamment du côté des artistes à Fred Forest, Roy Ascott, Mit Mitropoulos, Stephan Barron, Antoni Muntadas, Christian Sevette, Jean-Claude Anglade, David Rokeby, Norman White, Robert Adrian, Jean-Marc Philippe, Michael Chevalier, Jean-Pierre Balpe, Olia Lialina, Olivier Auber, et, du côté des critiques, à Derrick de Kerckhove, Giuseppe Salerno, Frank Popper, Vincenzo Cuomo, Pierre Restany, Annick Bureau, Edmond Couchot, et également Pierre Lévy et Isabelle Rieusset-Lemarié du côté des critiques. Chaque édition est accompagnée d'une thématique et donc privilégie un axe d'étude en particulier. A titre d'exemple, la neuvième édition d'Artmedia avait pour vocation de rendre compte ses diverses pratiques esthétiques exploitant les nouvelles technologies et s'est articulée autour des quatre sections traitant de pratiques artistiques actuelles, à savoir la musique électronique, le Software, le Transgenetic Art et le Net Art. Contrairement à l'édition précédente (celle de 2002 à Paris), cette édition insiste davantage sur l'aspect technique des récents media et laisse davantage de lisibilité aux expériences qui à première vue sont extérieures au domaine de l'art.

Parmi les nombreux « événements » présentés au cours des différentes éditions, trois projets ont particulièrement plu à Mario Costa¹ : l'installation communicationnelle de Mit Mitropoulos *Face to face* (1986), la performance de Fred Forest *Ici et maintenant* (1983) et l'installation en réseau de Roy Ascott *Organe et fonction d'Alice au pays des merveilles* (1985). Nous nous contenterons de décrire et d'analyser les deux premiers « événements », qui à notre avis illustrent bien l'ambiance et la vocation d'Artmedia.

Face to face fut présentée lors de la deuxième édition d'Artmedia à Salerne. Deux caméras vidéo étaient disposées en face de deux sièges, dossier contre dossier, et destinés à des volontaires assis dans le public. En face de chacun d'eux se trouvait un moniteur vidéo retransmettant l'image de l'autre. Dans un lieu à part, les mêmes images vidéo étaient diffusées à travers deux moniteurs disposés, à l'inverse « face à face ». Le public avait le choix d'observer le dialogue des deux protagonistes en personne ou bien celui des moniteurs vidéo dans la pièce située à proximité, ou encore d'intervenir directement dans le circuit

¹. Mario Costa, *L'Estetica della comunicazione*, Rome, Castelvechi, 1999

de communication en prenant place sur l'un des sièges. Deux formes de dialogues bien particulières étaient alors offertes au public :

- celle d'un échange « réel » entre deux protagonistes, l'attention est portée sur l'ambiguïté du statut du corps, à la fois présent, (grâce à la présence en personne des deux protagonistes), et cependant distancié, (grâce à leur position dos à dos et leur intégration dans un ensemble technologique médiatique),

- celle d'un échange inter vidéo où le paradoxe est accentué par le « face à face » des moniteurs qui rétablit une certaine proximité et donc un certain naturel dans le dialogue des deux protagonistes, alors que ceux-ci sont matériellement absents. L'installation de Mitropoulos aboutit à une étude sociologique car l'attitude du public (déplacement/immobilisation, acteur/spectateur) et ses choix dans la manière de communiquer (gestes, paroles, mimiques faciales...), mettent en lumière, d'après Costa, certaines mutations anthropologiques liées à la domination technologique que nous vivons actuellement.

Dans la salle où se déroulait la performance *Ici et maintenant* (en figure 2), étaient disposées deux télévisions. La première diffusait un programme de télévision d'une chaîne locale avec en filigrane le portrait de Fred Forest, tourné vers les téléspectateurs, filmé en banlieue parisienne quelques temps auparavant en train de compter les secondes. A l'inverse, la deuxième télévision diffusait des images en circuit fermé de ce même Fred Forest, filmé de face, un micro à la main, et également en train de compter dans l'espace même où se déroulait la performance. Sur une étagère étaient placés quatre magnétophones qui laissaient entendre la voix de l'artiste, toujours en train de compter. Chaque voix était perçue avec un léger décalage, si bien que le résultat donnait l'impression d'une incantation proche des musiques répétitives américaines des années 60. Fred Forest brouillait ainsi les rapports spatio-temporels de sorte que l'idée d'un présent « maintenant » (27 octobre 1983) et d'un lieu fixe « ici » (Mercato San Severino) devenaient incertaine et le temps et l'espace indéfinissable. « Fred Forest, dans son dispositif, évacue totalement le contenu narratif, pour travailler exclusivement sur les formes primaires du Temps et de l'Espace. » commente Mario Costa¹.

¹. Cf. http://www.webnetmuseum.org/html/fr/expo_retr_fredforest/textes_critiques

III. INTERET GRANDISSANT POUR LE RESEAU INTERNET

A/ Net art : Définition d'une nouvelle forme d'expression artistique

Au fil des années, quelques artistes de l'Esthétique de la communication abandonnèrent les instruments de télécommunication apparus dans les années 80, telles que la télématique et la robotique, pour se tourner exclusivement vers le réseau Internet.

Non seulement Internet offre une capacité de production et d'échange d'images, de sons, et de textes incomparable, mais surtout il apporte un degré de convivialité planétaire qu'aucun autre mode de communication n'a jamais atteint. L'exploitation de ce réseau à des fins artistiques a donné naissance, depuis peu, à une nouvelle forme d'expression artistique que l'on appelle « Net art » et régit par des conventions et des modalités qui lui sont propres. Le Net art est la catégorie artistique qui désigne les oeuvres diffusées sur le Word Wide Web. On distingue deux types d'exploitations artistiques du réseau Internet : d'une part, un *art sur le réseau* amplement répandu, qui concerne essentiellement quelques galeries et musées virtuels, ou encore des sites personnels d'artistes ; d'autre part, un *art en réseau*, dont l'émergence est plus récente.

Dans le premier cas, les œuvres diffusées sur le réseau existent indépendamment de ce dernier (c'est le cas du site de l'artiste Orlan, pour citer un exemple fameux). Ces artistes se servent alors du réseau pour acquérir une plus large visibilité, et non pour ses qualités esthétiques. A leur catalogue d'images, de projets réalisés hors réseau, s'ajoutent des liens hypertextuels reliant leur curriculum vitae, des critiques, des interviews, et éventuellement d'autres sites qu'ils conseillent. Dans le cas qui nous intéresse pour cette étude, c'est à dire l'*art en réseau*, les œuvres produites sont interactives et existent exclusivement par, pour et avec le réseau. Leur diffusion est intimement liée à leur lieu de production c'est-à-dire le réseau Internet lui même. Le Net art englobe une quantité impressionnante de projets, si bien qu'il est encore difficile de délimiter cette nouvelle pratique, bien que l'on commence toutefois à pouvoir en déterminer les grandes tendances. Chercheur au C.N.R.S. et docteur en sociologie, Jean-Paul

Fourmentraux définit le Net art à travers l'association de trois concepts : la computation, la connectivité et l'interactivité¹. Cependant, il convient de penser que l'environnement matériel _ c'est à dire le réseau, l'écran et la souris _ ne suffit plus à qualifier la production artistique du Net art, tant la nature des oeuvres est variées.

B/ Préhistoire du Net art

Le Net art est une pratique relativement récente. Son essor remonte à 1995, tandis que les premières expériences significatives ont seulement vu le jour dans les années 1993-1994, alors que la conquête du réseau eu lieu bien avant l'intervention des artistes, preuve qu'Internet a longtemps souffert de son image utilitaire et commerciale. Tout comme la radio, la vidéo, la télévision ou encore les satellites, le media Internet connut un rapide développement grâce aux initiatives d'ingénieurs, de compagnies privées, et surtout de gouvernements belligérants, (pour des projets militaires par exemple), impliqués dans la compétition technologique qui naquît entre pays du bloc de l'Est et ceux du bloc de l'Ouest après la seconde guerre mondiale².

Ainsi, Internet est resté jusqu'en 1989, (date de l'invention par l'ingénieur anglais Tim Berners-Lee du système d'hypertexte global World Wide Web, largement répandu aujourd'hui), un instrument³ pour la défense et la recherche. APARNET en est un exemple fameux. Conçu par l'Advanced Research Projects Agency du Département américain de la défense, au début des années 70, APARNET fut le prototype des réseaux de communication, réalisé afin de parer à toute panne de système de communication en cas d'attaque nucléaire. Mais les premiers bénéficiaires de ce nouveau système de communication furent une poignée d'universités en Californie et dans l'Utah. Cependant, il a fallu attendre le début des années 80 pour voir apparaître les premiers ordinateurs individuels et commercialisables, IBM ayant réalisé son premier PC (Personal Computer) en 1981, et Macintosh, son premier Apple trois ans plus tard.

¹. Jean-Paul Fourmentraux, *Art et Internet*, Paris, C.N.R.S. éditions, 2005, p 20

². Rachel Greene, *Internet Art*, Londres, Thames & Hudson, 2004, p.14

³. Ibidem.

L'invention de Briton Tim Berners-Lee, membre du CERN (Organisation Européenne pour la Recherche Nucléaire), fut sans comparaison une étape décisive pour le développement du réseau et son accessibilité pour tous. En effet, le WWW, basé sur un protocole connu sous le nom de HTML (Hyper Text Markup Language) est à ce jour le système le plus performant pour l'échange de données à l'échelle planétaire et de manière simultanée. Aujourd'hui cette « autoroute de l'information » est le plus grand réseau mondial; on estime à plus de 30 millions le nombre de machines interconnectées en permanence. Les premières expériences significatives d'exploitation d'Internet à des fins artistiques, sont désormais bien connues. On se souvient de *Waxweb* de David Blair, un scénario de film dont l'élaboration est collective (dialogues, situations dramatiques, personnages)¹, comprenant de six cents nœuds et deux mille images, 1993-1999², (en figure 3), et celui de Antoni Muntadas³, intitulé *The File Room*⁴ 1994, (en figure 4), une base de données diffusée sur le réseau répertoriant tous les cas de censures connus, tous domaines confondus. Muntadas a par ailleurs participé à la dernière édition d'Artmedia, et n'est donc pas insensible aux recherches esthétiques de Costa.

Malgré le franc succès du Net art à la dernière édition d'Artmedia, grâce à la participation d'Olivier Aubert, Jean-Pierre Balpe et Olia Lialina, les artistes de l'Esthétique de la communication sont loin d'être les premiers et encore moins les seuls à s'intéresser aux possibilités esthétiques qu'offre le réseau Internet. La prolifération des œuvres diffusées en réseau rend toute suggestion de typographie du réseau impossible malgré quelques tentatives. L'exemple le plus probant est certainement celui du répertoire électronique IDEA⁵ (Guide International des Arts Electroniques) créé en 1990 par Annick Burreaud, correspondante pour la revue internationale Leonardo soutenue par le MIT (Massachusetts Institut of Technologie) et critique d'art spécialiste des nouveaux media à Art Press.

¹ Pierre Bongiovanni, « David Blair et Waxweb », dans *Nov'art* le journal d'art 3000, n° 14 juin-septembre 1994

² Cf. <http://www.iath.virginia.edu/wax>

³ Florence de Méredieu, *Arts et nouvelles technologies*, Paris, Larousse, 2003, p.140

⁴ Cf. <http://www.thefileroom.org>

⁵ Cf. <http://www.nunc.com>

CHAPITRE 2
HERITAGES ESTHETIQUES

Théoricien, mais aussi historien de l'art, Mario Costa établit une ligne conductrice entre l'Esthétique de la communication et un certain nombre de tendances et de concepts antérieurs à sa naissance. Il revendique cet héritage de manière plus ou moins explicite dans nombre de ses essais, afin de justifier ses préférences artistiques et son attachement à un art épuré, objectif, géométrique, impersonnel et immatériel. Il est également à l'origine du « Sublime technologique », un concept auquel il s'attarde davantage puisqu'il y a consacré un ouvrage entier et un grand nombre d'articles.

I. « DÉ - SUBJECTIVATION » DE L'ART

A/ Héritage de l'esthétique de l'ornement

Dans son essai *Dall'estetica dell'ornamento alla computer art* (2000), Mario Costa expose les principes fondamentaux d'une tendance à l'ornementation dans l'art, qui aurait parcouru tout le siècle dernier, retraçant ainsi son évolution socio-historique et philosophique, une tendance. Costa met en lumière une « ligne décorative » qui traverse une bonne partie de la peinture du XXe siècle et qui d'après lui aurait été fâcheusement occultée par l'Histoire de l'art. Il démontre, et c'est ce qui nous intéresse pour cette étude, que l'ornementation est encore d'actualité, et même, caractérise les œuvres du « Computer Art », ou « Art Informatique », auquel succède le Net art. Nous nous abstenons de retracer l'entrée progressive de l'ornement, traditionnellement attribué à la catégorie des arts mineurs, dans la sphère des arts majeurs, bien que sous la plume de Mario Costa, revisiter ce pan de l'Histoire de l'art soit passionnant. Cette esthétique nous intéresse dans la mesure où elle s'apparente à celle de l'Esthétique de la communication, par sa quête de simplification et d'« objectivisation » de l'œuvre d'art, sa négation du signifié, son implication sociologique, sa tendance à la géométrisation et à l'abstraction qui aboutissent à la dissolution de la forme, et enfin par sa dépersonnalisation de l'œuvre.

a. *Simplification formelle et structurelle de l'œuvre d'art*

Mario Costa observe que la volonté de simplifier les œuvres, d'un point de vue formel, est contemporaine de l'émergence de nouveaux media aussi importants que la photographie ou encore le cinéma. La peinture de Manet, des Nabis, le cloisonnisme, le synthétisme d'Emile Bernard et de Gauguin (nettement influencés, selon Costa, par les cultures orientales et primitives) témoignent d'un intérêt grandissant pour une économie de moyens et mettent en cause la fonction réaliste et mimétique de l'art, instaurée depuis l'illusionnisme spatial de Giotto¹.

Les raisons pour cette nette préférence pour une économie de moyens en art sont multiples. En premier lieu, la simplification formelle de l'œuvre est synonyme d'efficacité communicationnelle. Les artistes du Pop Art anglais et américain l'ont bien compris. Par ailleurs, Mario Costa nous met en garde contre la fascination qu'exerce sur nous la « High Tech ». De nombreux artistes sont en effet tentés d'accumuler un maximum d'instruments technologiques spectaculaires, et hybrides afin de masquer l'absence de réflexion et de pertinence dans leur travail. La juxtaposition de ces instruments ultrasophistiqués forme un tout que Mario Costa nomme le « Bloc communicant » et qu'il considère comme dangereux pour l'art et pour la société en général. Le philosophe italien ne réfute pas pour autant l'idée que l'hybridation des media soit susceptible d'introduire de nouvelles configurations sensorielles, mais il déplore cette interpénétration de technologies de pointe car elle empêche la compréhension de leur fonctionnement. Elle donne aussi naissance à un ensemble spectaculaire, mais stérile et confus. « La situation anthropologique actuelle est marquée, donc, par un flottement déréalisé de la "conscience", de la "communication" et du "corps", sur un univers technologique progressivement embrouillé et emporté »².

Les préférences esthétiques de Costa pour un art pauvre et minimal sur le réseau ne font cependant pas l'unanimité. On reproche souvent au Net art, sa simplicité, voire sa pauvreté, structurelle et formelle, souvent preuve de maladresse et de manque de savoir-faire. C'est ce que critique, par exemple, Edmond Couchot, anciennement plasticien et professeur à l'Université Paris VIII.

¹ Mario Costa, *Dall'estetica dell'ornamento alla computer art*, Naples, Tempo Lungo, 2000, p.141-150

² Mario Costa, « Bloc communicant et esthétique du flux » dans le catalogue d'Artmedia VIII 2002 Paris. Cf. <http://www.olats.org>

« ...la vérité », **déclare-t-il**, « est que les moyens de production de ces formes sont encore primaires, leur sensorialité médiocre. L'écran reste un espace pauvre, peu défini comparativement à la peinture, à la photo et au cinéma, étroitement liés »¹.

De même que Matisse et Gauguin² revendiquaient un retour à l'essentiel dans l'art, Mario Costa voit dans de nombreuses œuvres numériques (étrangères aux logiciels très élaborés tels que Flash et Illustrator, ainsi qu'aux langages informatiques de type C++ et Java, plus sophistiqués que le langage HTML et qui exigent un niveau de compétence incomparablement plus élevé), un retour à une forme de primitivisme par la prédominance de signes et de symboles.

Héritiers de ces grands noms de la peinture moderne, les artistes du Net suggèrent un art épuré et autonome. Le philosophe italien se réfère aux travaux de « Jodi »³, ou Joan Heemskerk et Dirk Paesmans, originellement anonymes mais dont l'identité n'est plus un secret pour personne⁴. Les deux artistes hollandais disséminent depuis quelques années sur le réseau des projets d'apparence rudimentaire qui font intervenir le langage Html et mettent en scène un matériel digital commun : le code et le langage. Le dispositif graphique est élémentaire et se présente sous forme de séries de fenêtres au fond noir couvertes d'écritures incompréhensibles vertes, couleurs qui rappelle volontairement celle des premiers écrans d'ordinateurs. Aucune indication supplémentaire n'y figure si bien que l'internaute est contraint de naviguer sans boussole. « Jodi » investit de la sorte les fonctions informatiques qui, utilisées par chaque internaute, quotidiennement et mécaniquement, paraissent seulement fonctionnelles et donc secondaires (« undo », « select », « delete » ...). Les mettant exagérément en évidence, « Jodi » nous « réapprend » à choisir les modes de navigation adéquates. A titre d'exemple, sur le site 404, les fenêtres de navigation s'ouvrent et se multiplient à une fréquence telle que le l'utilisateur est contraint de les manipuler de manière intuitive s'il souhaite les identifier et les neutraliser.

¹. Edmond Couchot, « L' embarquement pour Cyber-Mythes et réalités de l'art réseau », dans *Revue Esthétique* n° 39, Paris, 2001, p.86

². Mario Costa, *Dall'estetica dell'ornamento alla computer art*, Milan, Tempo Lungo, 2000, p.50-51

³. <http://www.jodi.org>

⁴. Mario Costa, *Internet et Globalisation*, Paris, L'Harmattan, 2003, p.90

b. Implications sociologiques de l'esthétique de l'ornement

Se référant à l'anthropologue Gottfried Semper¹, Mario Costa rappelle que l'ornement est la première étape fondamentale vers l'art, et ce, depuis les civilisations les plus ancestrales. Bien plus, tout comme le jeu et l'humour, l'ornement fait partie des fondements de l'humanité. L'ornement est donc par essence une pratique universelle et collective. Le facteur sociologique, cher à Mario Costa et à Fred Forest, est présent dans la pratique de l'ornementation. Il est naturellement ce qui pousse les deux co-fondateurs du courant à établir une filiation avec la démarche de l'Esthétique de la communication. Pour nous convaincre du lien qui unit l'art, l'ornement et la sociologie, Mario Costa nous rappelle que l'entrée dans l'Histoire de l'art des premières artistes femmes importantes, dans les années 70, (telles que Judy Chicago ou encore Miriam Shapiro, pour reprendre les exemples cités dans *Dall'esthetica dell'ornamento...*)² a eu lieu grâce à l'exposition d'oeuvres décoratives et ornementales.

Or, jusqu'à l'essor des premières manifestations sociopolitiques féministes de grande envergure à cette même époque, les femmes sont restées confinées dans un environnement domestique, occupées par des passe-temps artistiques dépréciés car jugés secondaires : broderies, peinture sur chevalet, peinture sur céramique... C'est pourquoi ces artistes « féministes » revendiquent la mise sur un pied d'égalité des arts majeurs et des arts mineurs, auxquels les femmes ont été traditionnellement associées. Ornementation ne signifie pas nécessairement embellissement ; il s'agit d'un art autonome. Mario Costa illustre son propos par deux événements significatifs : la naissance en 1970, sous l'impulsion de Judy Chicago, d'un programme d'enseignement spécifique sur l'art féministe au State College de Fresno en Californie, et la mise en place du *Feminist Art Program* par Miriam Shapiro, l'année suivante à la California Institute of Art de Los Angeles qui aboutira sur un projet collectif intitulé *WomanHouse*, (1972). Il est par ailleurs intéressant de constater que le féminisme perdure sur le réseau Internet. Dans son ouvrage intitulé *Internet Art*³, Rachel Greene nous révèle l'existence d'un

¹. Op.cit., p.66

². Mario Costa, *Dall'estetica dell'ornamento al computerart*, Naples, Tempo Lungo, 2000, p.125-127

³. Rachel Greene, *Internet Art*, Londres, Thames&Hudson, 2000

cyber-féminisme s'appuyant entre autres sur l'exemple du collectif australien VNS Matrix (Josephine Starr, Francesca da Rimini, Julianne Pierce et Virginia Barratt)¹.

c. Aspects rationnels et scientifiques des œuvres du Computer Art

Répétition, emploi systématique de motifs inorganiques et rationalisation expressive, sont ce qui caractérise le mieux le Computer Art. La répétition est ici facteur d'« objectivation » de l'œuvre, car le fait de répéter un même motif empêche toute hiérarchisation, mise en valeur, ou mise en relation des formes. En résulte une neutralité absolue du contenu ; il devient alors impossible d'opter pour une lecture formaliste de l'œuvre.

Les premières expériences esthétiques sur ordinateur ont été dominées par l'articulation de formes géométrico-abstraites. Aux animations digitales des années 60, mettant en scène des motifs ornementaux (John Whitney, Charles Csuri, Edward Zajec...²) succèdent des compositions, plus fameuses, des pionniers du Computer Art, pour certains musiciens de formation, parmi lesquelles figurent les artistes américains Abraham Moles, Michael Noll, la hongroise Vera Molnar et les allemands Georg Ness et Fried Nacke, et auxquels Mario Costa consacre un chapitre entier dans *Dall'estetica dell'ornamento alla computerart*. Leurs compositions infographiques ont en commun la permutation et la décomposition de séries de motifs logico-mathématiques simples, et parfois l'exploitation d'algorithmes donnant naissance à des combinaisons aléatoires. C'est à Abraham Moles que l'on doit la première interprétation théorique des expériences du Computer Art, (*Art et Ordinateur*, 1971). Michael Noll, quant à lui, commence sa carrière artistique en copiant en 1963 des peintures de Piet Mondrian. Si ses œuvres traduisent un manque d'inventivité certain, elles ont cependant le mérite d'interroger la notion de hasard à travers la combinaison de lignes droites soumises à des variations aléatoires. Le hasard est également un constituant essentiel du travail de Vera Molnar qui cherche à marquer un certain détachement par rapport à ses œuvres par son absence d'intervention. Cette dernière est à l'origine de combinaisons géométriques simples comme en témoigne son œuvre

¹. Op.cit., p.62-64

². Op.cit., p.137-139

intitulée *30 carrés non concentriques* datant de 1974 (en figure 5). Par la suite elle introduira dans le programme informatique 1% de désordre venant perturber au fur et à mesure l'ordonnance de départ. Ces œuvres sont guidées et contrôlées par les règles de calcul imposées par l'ordinateur lui-même, et participe à la « dé-subjectivisation » de l'art.

On remarque notamment une nette préférence de la part de Costa pour les expériences (ornementales ou non) de nature rationnels et inorganiques. Il cite, en effet, à plusieurs reprises dans ses essais, le nom d'artistes tels que Moholy-Nagy¹, Gabo ou encore Pevsner, qui ont contribué à rapprocher les pensées artistiques des pensées technologiques. L'univers créatif des artistes du Computer Art appartient lui aussi au monde scientifique et témoigne de la plus grande rationalité expressive. En conséquence, la thèse soutenue par Mario Costa sur le rôle joué par l'ornement dans la mise en crise, de manière irréversible, de ce qui appartient à un art jugé traditionnel – à savoir l'expression, le style personnel, l'inspiration, l'intuition...²– est d'autant plus légitime à l'heure de l'avènement des technologies numériques.

B/ Héritage de Marcel Duchamp

Depuis la redécouverte de Marcel Duchamp et des Dadaïstes à la fin des années 50, en Europe et aux Etats Unis (on se souvient entre autres de la publication de Robert Motherwell, en 1951, d'un recueil de poèmes dada intitulé *The Dada Painters and Poets : An Anthology* qui avait ainsi contribué à la remise en circulation des textes et innovations du dadaïsme) chaque nouvelle tendance ou mouvance a dû se positionner de manière plus ou moins explicite par rapport à l'Oeuvre de Marcel Duchamp, dont la popularité n'a cessé d'augmenter après la Seconde Guerre Mondiale. Il est tout à fait admis aujourd'hui que le travail de Duchamp contient en germe les investigations des courants appelés « néo-dadaïstes » des années 60-70 tels que le Pop Art, le Nouveau Réalisme, le Minimalisme, le Funk Art, les happenings... Bien que la naissance de l'Esthétique de la Communication soit nettement postérieure à l'apparition de ces nouvelles

¹. Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique*, Paris, l'Harmattan, 2003, p.55

². Mario Costa, *Dall'estetica dell'ornamento al computerart*, Naples, Tempo Lungo, 2000, p.6

avant-gardes, Mario Costa revendique également l'héritage duchampien. En effet, deux notions chères à Marcel Duchamp apparaissent de manière récurrente dans ses écrits : la nécessité actuelle d'une déshumanisation et d'une dématérialisation de l'œuvre d'art.

a. *Déshumanisation de l'œuvre d'art*

« Più di ogni altro (Duchamp) ha lavorato alla de-soggettivazione dell'arte e più ancora, e secondo la sua stessa espressione, alla sua « disumanizzazione, dal 1928 al 1933 », déclare Mario Costa, « plus que personne d'autres, il (Duchamp) a contribué à la dé-subjectivation de l'art et même, selon sa propre expression, à sa déshumanisation, de 1928 à 1933 »¹. L'intégration du hasard à sa démarche soumettant de la sorte ses œuvres à des règles arbitraires et donc extérieures à la volonté de l'artiste (*3 Stoppages Etalons*, 1914), l'emploi de matériaux manufacturés pour ses Ready-mades assimilant ainsi l'œuvre à de la marchandise, son attrait pour les machines (*Le grand Verre*, 1923), sa conviction que désormais la valeur artistique d'une œuvre se construit en dehors des qualités esthétiques qui lui sont propres (*Fontaine*, 1917)², (selon l'interprétation la plus courante) témoignent de l'obsession de l'artiste de vouloir de libérer l'œuvre de l'intervention humaine. Mario Costa nous rappelle également la passion de Duchamp pour le dessin industriel, un dessin sec, aride, et donc impersonnel (*La Broyeuse à Chocolat*, 1914)³, qui font parti de l'un de ses nombreux champs d'investigation.

Mario Costa justifie l'idée d'une déshumanisation liée aux technologies numériques en prenant l'exemple de l'évolution de notre rapport à l'écriture, de son invention à la révolution numérique⁴. L'écriture a toujours été générée par la main de l'homme. Pierres, plumes, stylos ont depuis son invention, matériellement laissé une trace ou une empreinte de leur auteur qui renferme son style et parfois son émotion. Or depuis peu, on remarque une marginalisation progressive de l'auteur c'est à dire du sujet lui-même. D'après Costa, elle commence par l'utilisation de la machine à écrire qui efface la personnalisation

¹. Op.cit., p.33

². Anne Cauquelin, *L'art contemporain*, Paris, *Que Sais-je?*, n° 2671, PUF, 1992

³. Mario Costa, *Il sublime tecnologico*, Rome, Castelvechi, 1998, p.103

⁴. Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique*, Paris, L'Harmattan, 2003, p.98

de l'écriture¹ de part l'uniformité et la répétition typographiques qui la rendent plus homogène². On assiste ainsi à la première séparation radicale entre la pensée et la sensation³. Il n'en reste pas moins l'idée que la machine laisse une preuve matérielle de la présence de l'auteur, et par conséquent, la possibilité de retrouver la trace de son propriétaire. Le passage de l'écriture sur machine à écrire, à l'écriture en réseaux sur ordinateur, contemporain du passage de l'énergie mécanique à l'énergie technologique, marque une étape décisive. Dorénavant l'auteur ne laisse plus aucune trace physique de son implication dans l'écriture. Contrairement à l'écriture sur papier qui prolonge la présence du sujet ne serait-ce que par l'état du papier (plié et/ou froissé) ou encore par son parfum, l'écriture sur écran se caractérise par l'anonymat et la plus grande absence d'affect. L'essence de l'écriture devient alors un simple véhicule d'informations et de formules comme en témoigne toute une série de symboles graphiques inventés pour le réseau, très (voire trop) utilisés si bien qu'ils participent à une certaine banalisation de l'écriture. Les messages diffusés sur les blogs et les courriers électroniques regorgent de codes standardisés, (☹, ☺, lol, ;), :() qui informent de manière abstraite et commune de l'état d'âme de leur auteur.

b. Dématérialisation de l'œuvre d'art

Le principe de dématérialisation de l'art apparaît de manière constante dans l'œuvre de Marcel Duchamp. Sa volonté de tendre vers un art toujours plus immatériel est évidente, ne serait-ce que par les matériaux qu'il a employés. La *Glissière* (1913-1915) est composée d'un panneau de verre surmonté d'une monture en fer semi-circulaire. Un objet composite comprenant un traîneau et un moulin à eau y est représenté en perspective. De part la nature transparente du verre Duchamp s'affranchit du fond narratif et illusionniste qui caractérise la peinture et la sculpture depuis Giotto. Le traîneau fait ainsi irruption dans l'espace du spectateur, comme suspendu en l'air⁴. L'air, en tant que matériau invisible et

¹. Ibidem

². Marshall Mc Luhan, *Gli strumenti del comunicare*, Milan, Il Saggiatore, 2002, p.187.

³. Op.cit., p.185

⁴. Rosalind Krauss, *Passaggi, Storia della scultura da Rodin alla Land Art*, Milan, Bruno Mondadori, 1998, p.91

immatériel, sera un an plus tard l'ingrédient essentiel d'une proposition fameuse et plus radicale encore : *L'air de Paris*.

Le concept de l'« infra-mince », résultat des expériences d'optiques entreprises par Duchamp à partir de 1914, participe à la dématérialisation de l'œuvre d'art, mais cette fois d'un point de vue théorique. L'« infra-mince » serait pour Duchamp une quatrième dimension ou un passage qui correspond à un moment précis : lorsqu'une expérience glisse vers son contraire, mâle-femelle, moulage-démoulé, convexe-concave (*Feuille de vigne femelle*, 1950, *Objet-dard*, 1951). Elle serait une surface théorique, ou une « interface »¹, qui appartiendrait aux deux éléments contraires et qui servirait de jonction entre le monde du sensible et le monde de l'insensible, en d'autres termes d'une « interface ».

Or l'« interface » est un instrument technologique extrêmement répandu. C'est pourquoi les artistes de l'Esthétique de la communication, qui revendiquent, comme nous l'avons vu, un rapprochement entre art et technologie, rejoignent les efforts de Duchamp pour une dématérialisation de l'art et une remise en question de l'œuvre en tant qu'objet unique.

Au début des années 80, réfléchir sur la place de l'objet au sein des arts plastiques à une époque dite « Post-moderne », était tout à fait d'actualité. En témoigne l'exposition « Les Immatériaux » organisée, grâce à la participation du philosophe français Jean-François Lyotard, par le département de la Création Industrielle du Centre Georges Pompidou (du 5 novembre 1984 au 27 août 1987) et qui fut un franc succès. Et la présence de Roy Ascott, membre actif de l'Esthétique de la communication, invité à présenter l'un de ses travaux, n'était certes pas un hasard. Cette exposition fut l'occasion pour Jean-François Lyotard de mettre en avant sa théorie sur le « Post-modernisme », développée dans *La condition postmoderne* (1979), et reformulée quelques années plus tard dans *Le Postmodernisme expliqué aux enfants* (1986). L'exposition fut divisée en quatre parties : « la matrice », « la matière », « les matériaux » et « la maternité », et visait à interroger la notion d'objet dans sa matérialité physique à une époque où les mass media prennent toujours plus d'importance, où le nouveau et le réel passent désormais par les technologies de communication, enfin, où la matière

¹. Florence de Mèredieu, *Histoire matérielle et immatérielle de l'art moderne*, Paris, Larousse, 2004, p.488

essentiellement convertie en information, devient impalpable et invisible, comme les ondes de radio ou de satellites par exemple.

Dans la continuité de Lyotard, Fred Forest estime que l'art du futur sera non seulement immatériel mais de surcroît invisible. C'est ce qu'il déclare dans son dernier essai intitulé *L'Oeuvre-système invisible*¹, récemment publié, et présenté dans le cadre son exposition personnelle au Paco das Artes à San Paolo (du 22 mai au 16 juillet 2006).

Tandis que Duchamp, à travers une approche de l'art résolument conceptuelle entretenait un rapport différé avec la matière, les artistes du Net franchissent une étape supplémentaire en diffusant sur le réseau des œuvres par essence immatérielle. Et quoi de plus immatériel qu'un support digital qui, quelque soit le matériau emprunté au réel (son, texte, symbole, image) convertit systématiquement les données de nature analogique en un langage digital binaire des plus abstraits (appelé « bit » en anglais), dont l'alphabet de base est constitué seulement de deux éléments : 0 et 1 ? Nous sommes même passés de l'immatériel au virtuel, à la fois artificiel et synthétique, grâce aux images de synthèse et aux interfaces (casques, joysticks, lunettes de visualisation... qui nous rappellent les œuvres de Stelarc, de Maurice Benayoun ou encore de Jeffrey Shaw²). Faisant office d'extensions sensorielles, elles ont pour vocation de simuler le réel.

D'autres rapprochements avec l'Oeuvre du maître seraient à faire, comme la prédominance de l'ironie en tant qu'instrument de communication ou encore l'idée d'une première tentative de « mise en réseau d'œuvres » ce qui prolonge au-delà de l'objet même la valeur esthétique de l'œuvre (*Boîte-en-Valise* initiée en 1936). De tels rapprochements n'étant pas explicitement formulés par Mario Costa, nous achèverons ici notre propos.

¹. Fred Forest, *L'Oeuvre-système-invisible*, Paris, l'Harmattan, 2006

². Florence de Mèredieu, *Histoire matérielle et immatérielle de l'art moderne*, Paris, Larousse, 2004, p.562

C/ Héritages des années 60-70

a. Communiquer sans information

Dans son essai *Internet et globalisation esthétique*, Mario Costa pose la question : « existe-t-il une communication vide » c'est à dire « une communication dénuée de signification et d'intériorité »¹ ? L'autonomie et la performance des technologies de l'information sont désormais telles que ces dernières sont capables de s'auto-corriger, de s'auto-reproduire, d'interagir et d'évoluer en fonction des bouleversements de leur environnement. En conséquence, la conscience humaine disparaît peu à peu du cœur du dispositif technologique, d'où l'idée d'une « communication vide » ou « sans information ». De part le caractère autonome et donc neutre des « machines » actuelles, (encore incapables, nous rappelle Costa, d'avoir une conscience ou d'éprouver des sentiments), celles-ci laissent place à une esthétique objective et extérieure. Une esthétique dans laquelle le sujet, qu'incarnent l'expression, le sentiment, la vérité, le signifié, la jouissance intérieure²..., sont écartés, ce qui n'est pas sans rappeler quelques principes de l'esthétique de l'ornement mis en évidence par Costa.

Le réseau Internet est certes un manipulateur de textes, d'images et de sons qui le constituent, mais il est avant tout un manipulateur d'informations, d'où l'idée d'une communication autonome qui rappelle la fameuse réplique de Marshall McLuhan « le médium est le message »³. McLuhan sous-entendait que le moyen de transmission par lequel nous recevons le message, c'est-à-dire le media, exerce autant, sinon plus d'influence que le contenu lui-même dans la mesure où nous percevons différemment chaque media. Cette idée fut, comme nous l'évoquions au premier chapitre, clairement formulée dans le *Manifeste de l'Esthétique de la communication* qui spécifie que le contenu des messages échangés est devenu secondaire⁴.

¹. Mario Costa, *Internet et Globalisation esthétique*, Paris, l'Harmattan, 2003, p.31

². Op.cit., p.32

³. Marshall Mc Luhan, *Pour comprendre les media*, Paris, éd. Seuil, 1968

⁴. Mario Costa, Fred Forest et Horacio Zabala, *Il Manifesto dell'estetica della comunicazione*, Salerno, 29 octobre 1983, cf. [http:// www.webnetmuseum.org](http://www.webnetmuseum.org)

D'après Mario Costa, les artistes du Net doivent « se réduire personnellement à une « tension sans intention », « ne faire qu'un » avec l'essence du réseau et la faire apparaître de la manière la moins humaine et la plus objective possible »¹. Mario Costa condamne les artistes qui exploitent les technologies de la communication au même titre que les media plus anciens comme la photographie et la peinture, dans la mesure où ils envahissent le réseau de leurs « intentionnalités artistiques : la beauté des images, la symbolique, le ludique, l'émotionnel, et ainsi de suite... »². Il ne manque cependant pas de faire l'éloge de sites plusieurs artistes du Net parmi lesquels Jan Kopp, Stéphan Barron, Valéry Grancher, Thomas Clément, Olivier Auber et bien évidemment de Fred Forest, qui illustrent selon lui ses théories³. En d'autres termes, Mario Costa reconnaît une valeur esthétique uniquement aux sites qui n'ont pour autre intentionnalité artistique que celle de mettre en exergue les spécificités du media (le réseau Internet) en tant qu'instrument de communication.

La filiation directe avec certains courants ou tendances des années 60-70 dont l'objectif commun était de « purifier » l'art de toutes références quelles qu'elles soient : Art conceptuel, Art and Language, Art Minimal, Art vidéo, Land art, Support Surface etc., nous paraît évidente. Ces mêmes artistes ont démontré la nécessité d'une dé-subjectivation de l'art à travers des œuvres rudimentaires, réductives, énigmatiques, hermétiques, dénuées de toute émotivité, et qui ont su faire preuve de la plus grande objectivité et rationalité expressive refusant ainsi tout symbolisme, toute référence, ou tout signifié en guise de contenu. Remontant encore le temps, on s'aperçoit que cette marginalisation du sujet date des premières années du siècle dernier. Pour nous en convaincre Mario Costa rappelle la fameuse citation de Maurice Denis⁴ : « un tableau avant d'être un cheval de bataille, une femme nue ou une quelconque anecdote, est essentiellement une surface pleine recouverte de couleurs en un certain ordre assemblé ».

Le rôle du Net art est, d'après Costa, de mettre en avant de manière esthétique les spécificités d'Internet et ses modalités de fonctionnement, d'où la

¹. Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique*, Giordano di Nicola Paris, L'Harmattan, 2003, p.95

². Op.cit., p.93

³. Ibid., p.92-93

⁴. Mario Costa, *Dell'estetica dell'ornamento alla computerart*, Naples, Tempo Lungo, 2000, p.41

nécessité de créer des sites dépouillés et minimaux, dénués de toute référence, tout symbole ou contenu en tous genres. Le numérique donne ainsi naissance à un art cérébral, et ses spécificités impliquent qu'il en soit ainsi, car l'ordinateur ne fonctionne que par calculs et combinaisons de paramètres et efface toute trace d'implication personnelle. En résumé, Mario Costa considère que seule la désubjectivation et la rationalisation de l'art, qui ont rendu possible l'autonomisation des images, du son mais surtout de la communication, peut donner naissance à de nouvelles formes d'expériences d'esthétiques¹.

b. Mise en avant des spécificités du medium

De même que les pionniers de l'Art Vidéo², tels que Nam June Paik, Wolf Vostell, Jonas, Dan Graham, le couple Vasulka et Fred Forest, auxquels succèdent les artistes du Net art³, ont su exploiter les éléments qui composent un téléviseur (tubes cathodiques, écrans, moniteurs ...) en tant qu'objet et matériau d'investigation artistique⁴, les artistes de la communication (Art télématique et Net art) révèlent et interrogent la structure, le fonctionnement, les spécificités du réseau Internet qui le différencient des supports traditionnels. Docteur en sociologie et chercheur au C.N.R.S., Jean-Paul Fourmentraux, affirme dans sa dernière publication que « le code, le programme, le langage Html constituent la matière numérique prise à la fois comme le matériau et la forme et l'expression artistiques »⁵.

Pour mieux comprendre ce que ces artistes tentent de révéler, attardons-nous un instant sur les modalités de fonctionnement du réseau Internet et des sites qui l'habitent. Ce réseau est constitué d'un ensemble de composants informatiques interconnectés. Il comporte une partie matérielle (ordinateurs, terminaux, cartes d'interface réseau, câbles), et une partie logicielle (applications, programmes de gestion du réseau, systèmes de sécurité...). L'interconnexion de

¹ Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique*, Paris, L'Harmattan, 2003, p.35

² Mario Costa consacre un chapitre entier sur l'Art vidéo et son incidence sur la production artistique actuelle dans la dernière édition de son essai *Il Sublime tecnologico* (1998)

³ Fred Forest, *De l'Art Vidéo au Net Art...*, Paris, L'Harmattan, 2004

⁴ Jean-Paul Fourmentraux, *Art et Internet*, Paris, C.N.R.S. éditions, 2004, p.78

⁵ Op.cit., p.84

ces composants informatiques est appelée « nœud ». Essentiels au fonctionnement du réseau puisque c'est par eux que l'information circule, ces nœuds forment un maillage d'une grande variété (fils téléphoniques, fibres optiques, ondes radio, liaisons satellites etc.)¹, dont l'évolution est aussi immédiate qu'imprévisible. Le réseau Internet en comporte plusieurs millions. Ainsi, mettre en exergue la manière dont fonctionne un tel réseau nous permet de mieux comprendre sa structure unique, à la fois rhizomique, hybride et hypertextuelle, ce qui explique d'ailleurs l'usage commun de l'expression anglaise « Web », qui signifie « toile », pour désigner le réseau.

Le russe Alexi Shulgin (né en 1963), que cite Mario Costa dans son essai *Internet et globalisation esthétique*², travaille sur la typographie des sites Internet et tente de s'affranchir du contenu ou du *signifié* qui les illustrent. Shulgin est l'inventeur de *Form Art*³, un site commandé en 1997 par le centre d'art hongrois C3⁴. *Form Art* (en figures 6 et 7) est composé de dix-sept procédés divers, énumérés en « Home page » (animations, games, pictures, click, untitled going, bingo etc.). Ces procédés sont eux-mêmes constitués de motifs simples (figures, ensembles abstraits ou géométriques), se substituant les uns aux autres de sorte que puisse s'ouvrir simultanément une autre fenêtre. L'originalité de son travail résulte du fait que ces mêmes motifs sont constitués, non pas de fragments d'images ou d'éléments graphiques qui composent la majorité des sites Internet, mais d'outils de navigation nécessaires au fonctionnement d'un site. Shulgin s'empare ainsi d'un matériau brut et primaire qui n'a, *a priori*, aucune intention artistique et qui est généralement utilisé par l'internaute de manière intuitive : ascenseurs, liens Html, boutons ronds ou carrés, à cocher, ou à choix multiples... A la réussite du rendu esthétique que confère cet ensemble géométrique, sobre et minimaliste, s'ajoute un caractère ludique et même humoristique puisque notre parcours, quelque soit le procédé choisi, s'achève obligatoirement par l'ouverture d'une fenêtre indiquant ; « You Lose ».

Dans le même esprit, Shulgin investit un autre matériau élémentaire de l'ordinateur en prenant le « bureau » (ou l'« office ») comme thème principal de son

¹. Arnaud Dufour, *Que sais-je ? Internet*, Paris, PUF, 1998

². Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique* Paris, L'Harmattan, 2003, p.90

³. Cf. <http://www.c3.hu/collection/form/>

⁴. Rachel Greene, *Internet Art*, Londres, Thames&Hudson, 2000, p35

site intitulé tout naturellement « Desktop Is », 1997. Rachel Baker, Garnet Hertz et Nathalie Bookchin, autres artistes pionniers du Net, ont apporté leur contribution à ce projet participatif à travers des compositions variées et parfois surprenantes, qui rendent compte de l'infinie possibilité graphique qu'offre « Desktop Is », bien que celui-ci soit constitué de la plus élémentaire interface graphique qu'un ordinateur en veille possède, à savoir le bureau et ses icônes de fichiers d'applications, ses raccourcis, ainsi que sa poubelle.

c. *Un retour au Formalisme ?*

Si la critique a pu reprocher le manque de contenu, et par conséquent la superficialité de l'art issu des nouveaux media – les publications qui ont suivi la sixième édition de la Documenta (1977) consacrée principalement aux media font figures d'exemple – Mario Costa le revendique en tant que critère esthétique essentiel à l'art actuel. Le Net art est lui aussi régulièrement taxé d'art superficiel et illustratif et, à notre avis, il est vrai qu'une bonne partie des projets diffusés en réseau est loin d'être pertinente. C'est pourquoi le philosophe italien se focalise sur un genre de production en particulier, celui qui illustre les théories de l'Esthétique de la communication. Le rapport étroit entretenu entre la forme et la technique ajouté à la volonté de mettre en avant des propriétés qui caractérisent le medium au détriment du contenu, peut faire penser à un retour à une approche formaliste de l'art.

Mario Costa insiste dès l'introduction de son essai *Dall'estetica dell'ornamento alla computerart*¹ sur la nécessité de distinguer l'art ornemental du formalisme et déclare, se référant à Henri Focillon, que « la technica giammai può creare un stilo », « la technique ne crée jamais un style ». Mario Costa ne cite d'ailleurs jamais dans ses écrits les thèses formalistes de Clement Greenberg qui, comme nous le savons, a conceptualisé l'évolution intellectuelle des avant-gardes et a défini chaque medium par ses spécificités formelles. Malgré leur caractère tautologique, ni l'art ornemental, ni le Computer art, ni le Net art n'appartiennent à « l'art pour l'art », ne serait ce que par leurs implications sociologiques que nous

¹. Mario Costa, *Dall'estetica dell'ornamento*, Milan, Tempo Lungo, 2000, p.5-7

avons développé précédemment. L'Esthétique de la communication s'oppose aux courants modernes soutenus par Greenberg qui revendiquaient l'autonomie de l'artiste.

En définitive, nous sommes en mesure de penser que l'Esthétique de la communication s'inscrit dans la continuité de l'une des deux grandes tendances antinomiques définies par Anne Cauquelin¹ qui ont parcouru les décennies précédentes. L'une, froide, conceptuelle et collective, privilégiant la réduction du sujet, s'efforce de détacher l'esthétique de l'artistique et de rapprocher l'art et la réalité. Il s'agit entre autres de l'Art Conceptuel, du Minimal art, et du Land art. Cette grande tendance, dont le mérite est d'avoir travaillé en permanence sur le dépassement de l'art, se distingue radicalement de la seconde qui favorise l'expression individuelle et qui tend à mythifier la figure de l'artiste pour son talent et son originalité. Et ce n'est pas un hasard si ces mêmes artistes appartenant à la Figuration Libre, à l'Action Painting, la Figuration Narrative, la Transavangarde..., indifférents à toute considération sociologique, exploitent des supports et des matériaux « traditionnels », ce qui apparaît aux yeux de Mario Costa comme un non-sens à l'heure actuelle.

¹. Anne Cauquelin, *L'art contemporain*, Paris, *Que Sais-je?*, n° 2671, PUF, 1992

II. LE SUBLIME TECHNOLOGIQUE

A/ Survivance du Sublime dans l'art

Mario Costa est à l'origine d'une théorie qu'il appelle le « Sublime technologique » et qui suggère une parenté entre l'esthétique du XVIIIe siècle et celle de l'Esthétique de la communication. S'il est encore trop tôt pour mesurer l'impact de la plupart des théories avancées par le philosophe italien sur la Critique et sur la Théorie de l'art, puisque ces derniers ouvrages n'ont été publiés que très récemment, il n'en va pas de même pour le « Sublime technologique » que Mario Costa exposait dès janvier 1986 à l'occasion d'ArtCom *Paris* à l'Ecole Nationale Supérieure des Beaux-arts de Paris.

Force est de constater que nombre d'artistes et de philosophes, parfois extérieurs au collectif de l'Esthétique de Communication, se sont inspirés des interprétations de Mario Costa sur les bouleversements esthétiques que l'art est amené à connaître. En témoigne le nombre d'intellectuels qui se sont référés au Sublime technologique. Régulièrement cité dans les catalogues de Artmedia¹, le Sublime technologique a fait couler l'encre de nombre d'artistes et théoriciens tels que Paul Virilio (lettre personnelle du 12 mars 1995), Frank Popper (*L'art à l'âge électronique*, Paris, Hazan, 1993, p.122-39), D. de Kerckhove (*L'esthétique des media et la sensibilité spatiale, réflexion sur un livre de Mario Costa*, « MassMedia », Anno IX, n.4, 1990, p.35-53), Edmond Couchot (*La technologie dans l'art. De la photographie à la réalité virtuelle*. Nîmes, Editions Jaqueline Chambon, 1988, p.95, 288). Le Sublime technologique surprend, provoque parfois et même irrite, mais Mario Costa s'enorgueillit d'avoir créé un consensus et ouvert le débat². Il justifie ainsi la publication d'une seconde édition (1998) enrichie d'un appendice et d'une introduction fournie de nombreuses références philosophiques : Kant, Pascal, Hegel, Schopenhauer... pour ne citer que les philosophes les plus importants.

¹ Pour l'édition de 2002 à Paris, par exemple, les artistes Roberto Barbanti et Maurizio Bolognini l'avaient cité dans le catalogue de Artmedia VIII

² Mario Costa, *Il Sublime tecnologico*, Rome, Castelvecchi, 1998, p.9

Que signifie pour Mario Costa le « Sublime technologique » ? Le concept de Sublime technologique est né de l'irruption soudaine et perverse des nouvelles technologies à l'ère postmoderne, et suscite le sentiment d'un excès technologique comme l'a démontré Marshall McLuhan. Après un bref rappel historique de la naissance de la notion de Sublime et de son évolution dans le temps, il esquisse une ligne conductrice entre cette dernière issue du monde littéraire (cf. le traité en langue grec *Del Sublime* de Francesco Robertello, publié en 1554, traduit par Nicolas Boileau un siècle plus tard) et celle qu'il estime être actuelle. Le Sublime se manifeste lorsqu'on éprouve des sentiments contradictoires en présence d'une œuvre et de la nature, (la nature n'entre en jeu cependant qu'à partir du XVIIIe siècle, grâce à Kant qui admire et redoute à la fois sa grandeur et sa puissance). Burke, quant à lui, a tenté de vérifier et de comprendre pourquoi le plaisir peut être associé à des impressions négatives. Le Sublime est en effet une tranquillité teintée de terreur. Le Sublime se distingue donc de la Beauté, à laquelle on associe, au XVIIIe siècle, l'équilibre, la morale et la vérité. Kant fait aussi pour la première fois la distinction entre le Beau et le Sublime. Le Sublime est par essence destructeur et excessif, et se manifeste à travers une expérience « indicible »¹ difficile à cerner et à définir.

Grandeur, infini, excès, sentiments antagoniques sont pour ainsi dire les fils conducteurs d'une notion qui ne fait qu'évoluer avec le temps, à mesure que la mécanique se substitue à la technique et par la suite la technique à la technologie, d'où l'expression « Sublime technologique »². Désormais, la peur générée par le Sublime n'est pas liée à un objet ou un événement, mais à une situation nouvelle dont sont à l'origine les nouvelles technologies. Mario Costa affirme que le sentiment du Sublime, jadis éprouvé au XVIIIe siècle en présence d'un objet d'art ou de la nature, perdure à l'ère moderne et même postmoderne. En effet, toujours d'après Costa, de nombreux artistes et intellectuels tels que Baudelaire ont mis l'accent sur le rôle joué par la révolution industrielle dans la peur de l'enlaidissement. Cette peur est également perceptible à l'ère postmoderne et à cause de l'essor du synthétique, de l'électronique et des moyens de communication. Ce n'est plus l'enlaidissement des œuvres que l'on redoute,

¹. Mario Costa, *Il sublime tecnologico*, Rome, Castelvechi, 1998, p.27

². Ibidem

mais leur caractère irréel et virtuel puisqu'elles sont produites et diffusées à partir d'un support digital immatériel. Pierre Lévy, s'inspirant des réflexions de Deleuze, Guattari, Michel Serres et Castoriadis, oriente son discours autrement. D'après lui, il serait une erreur d'identifier, d'une manière baudrillardesque, le virtuel à l'illusoire. Il affirme que le virtuel n'est pas le contraire du réel.

Le Sublime technologique se caractérise ainsi par une contradiction basée à la fois sur la fascination et la répulsion que suscitent d'une part le déterminisme des machines, d'autre part les bouleversements spatio-temporels liés aux spécificités du réseau Internet.

B/ Un climat technophobe

Norbert Hillaire et Edmond Couchot s'accordent à penser que la peur d'une submersion des technologies de l'information, qui accompagne l'essor de l'informatique, est manifeste dans le monde et en particulier en France¹. Ils tentent d'en expliquer les raisons : « ... pendant ces quarante dernières années, la philosophie, l'esthétique, l'histoire de l'art, les institutions et leur politique culturelle, la critique d'art et les artistes eux-mêmes ont traité avec négligence, voire avec mépris, tout ce qui touchait de près ou de loin à l'univers de la technique ou ne s'y sont intéressés que pour en souligner l'inhumanité et les dangers. »². Ce climat technophobe est apparu à la fin des années 60 en réaction au positivisme de la technologie moderne, et serait donc contemporain de l'apparition des premiers ordinateurs. La certitude d'un progrès scientifique illimité fut vivement critiquée par les philosophes d'après-guerre, selon Jean-François Lyotard (*La condition Postmoderne*³).

Enfin, Norbert Hillaire et Edmond Couchot regrettent que tous les raisonnements formulés jusqu'à présent au sujet des nouvelles technologies soient plus fréquemment de l'ordre du jugement critique arbitraire, comme ce fut le cas d'ailleurs pour la photographie, que de l'analyse scientifique,.

¹. Edmond Couchot et Norbert Hillaire, *L'Art numérique*, Paris, Flammarion, 2003, p.117-127

². Ibid., p.126

³. Ibid., p.123

Le sociologue canadien Marshall McLuhan (mort en 1980) est l'un des premiers à avoir souligné les dérives d'un tel excès, et ce, dès le début des années 60. Ce dernier affirme que les technologies sont devenues des prothèses nécessaires et des extensions corporelles. Dans son ouvrage intitulé en français *Pour comprendre les media*¹, (1964), dans lequel il définit l'impact de chaque media (radio, presse, écrite, téléphone, télévision, photographie publicitaire, cinéma) McLuhan, entretient l'idée que les nouvelles technologies sont source d'angoisse, une idée que partage bien évidemment Mario Costa.

La peur des nouvelles technologies naît de leur sophistication et de leur autonomie croissante. En effet, elles sont aujourd'hui capables de s'adapter aux changements de leur environnement, de s'auto-corriger et enfin de communiquer entre elles². Notre environnement est actuellement constitué d'un nombre grandissant d'appareils communicationnels ultrasophistiqués (téléphone, télévisions en tous genres, réseaux), amenés à interagir, à s'interpénétrer et à se complexifier. Le moindre ordinateur, gadget ou puce électronique est bourrée de technologie au point que leur surexploitation suscite une impression de « contamination » technologique à l'origine d'un sentiment de trouble, car elles échappent peu à peu à la nature humaine, hypothèse qui rejoint le concept de Mario Costa du « Bloc communicationnel technologique »³. Le « Bloc communicant » empêche toute intelligibilité du fonctionnement des technologies récentes, et de ce fait, toute compréhension de leur évolution. L'extraordinaire complexification de ces technologies mine notre aptitude à saisir l'évolution de la création artistique. Le danger, d'après Costa, serait ainsi une réduction créative car le « bloc communicant » se caractérise par le repli de ces nouveaux matériaux sur eux-mêmes, ces derniers ne répondant qu'à des codes et règles qui leur sont propres.

Quant à l'autonomisation des nouvelles technologies, les images de synthèse en sont un bon exemple puisqu'elles n'ont pas la fonction de *mimesis* et peuvent se reproduire sans laisser de trace d'impression physique⁴. Mario Costa

¹. Marshall Mc Luhan, *Pour comprendre les media*, Paris, éd. Seuil, 1968

². Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique*, Paris, l'Harmattan, 2003, p.27

³. Mario Costa, « Bloc communicant et esthétique du flux » dans le catalogue d'*Artmedia VIII 2002*, Paris. Cf. <http://www.olats.org>

⁴. Mario Costa, *Il sublime tecnologico*, Rome, Castelvechchi, 1998, p.73

remarque par ailleurs que l'autonomisation des machines qui nous entourent, issue de la conversion systématique de tous les matériaux empruntés au réel en données numériques, correspond au passage de la technique à la technologie et constitue une mutation anthropologique sans précédent¹. Cette mutation suscite le trouble et l'irritation puisque l'évolution de notre société tend vers un monde de moins en moins organique, ce qui justifie le déclin du style personnel et rejoint ce que nous évoquions précédemment.

Une poignée d'artistes activistes du Net ont travaillé sur la paranoïa qui caractérise souvent la relation de l'internaute à son ordinateur, à travers des sites qui viennent perturber le système ou simuler la contamination d'un virus. Cette démarche révèle ainsi l'inconfort technologique, la peur du bogue impliquant la perte de manière irrémédiable de données informatiques jusqu'à la destruction du disque dur et la perte de repères de l'internaute². Les auteurs responsables de dysfonctionnements sur le réseau sont appelés « Hackers », de l'expression anglaise « Hacking » qui signifie piratage.

Dysfonctionnement, contamination, plagiat, perturbation sont les champs d'investigation du collectif activiste et anonyme italien 0100101110101101.org³ ainsi que du collectif américain RTMARK⁴, connu pour le piratage des stratégies de communication de grandes sociétés de courtage privée. Cette attitude parasitaire est celle l'entité de « Jodi », évoquée précédemment, à l'origine de sites chaotiques, sans aucune cohérence apparente qui contraignent l'internaute à dériver de lien en lien. Pour se faire, « Jodi » introduit des erreurs basiques et des commandes contradictoires dans les algorithmes programmés pour le site. Prenons l'exemple d'Oss⁵. Le spectateur est confronté à une prolifération de fenêtres qui s'ouvrent et se ferment si rapidement qu'il lui est impossible de maîtriser la navigation du site. Et même, les touches du clavier étant rendues inopérantes, l'internaute se trouve dans l'obligation de quitter de force le réseau

¹ Ibid., p. 88

² Jean-Paul Fourmentraux, *Art et Internet*, Paris, C.N.R.S. éditions, 2004, p.79-84

³ Rachel Greene, *Internet Art*, Londres, Thames&Hudson, 2000, p.97-99,
Cf. <http://010101.sfmoma.org>.

⁴ Jean-Paul Fourmentraux, *Art et Internet*, Paris, C.N.R.S. éditions, 2004, p.83,
Cf. <http://www.rmark.com>,

⁵ Ibid., p.80

par un raccourci clavier (pomme+alt+esc sur Macintosh ou Ctl+alt+esc sur PC)¹. On pense aussi à d'autres artistes², non cités par Costa mais de renommée internationale parmi lesquels figurent Mark Napier³, Vuk Cosic⁴ et Heath Bunting⁵. Leur investissement exemplaire du réseau a révélé l'instabilité d'Internet qui suscite autant l'irritation qu'une étrange inquiétude. La peur, la destruction liée au sabotage, la distorsion, associés au plaisir, illustrent parfaitement les théories de Mario Costa sur le Sublime technologique.

C/ « Thématisation » de l'espace et du temps

a. *Bouleversements de l'équilibre spatio-temporel générés par les nouvelles technologies.*

La thématization de l'espace et du temps fut l'un des premiers champs d'investigation des protagonistes de l'Esthétique de la Communication. On se souvient de la performance de Fred Forest, *Ici et Maintenant* à l'occasion de la première édition d'Artmedia en 1983. Ces derniers figurent parmi les premiers artistes à avoir su anticiper les changements de notre perception sur l'espace et du temps, causés l'exploitation intensive de nouveaux outils de communication sur. Directrice et fondatrice de la revue électronique Synesthésie⁶, Anne-Marie Morice définit les propriétés spatio-temporelles du réseau en ces termes : «Le web est un espace sans lieu donné, un temps ordonné selon le principe de la simultanéité, non structuré par les distances, qui crée des perturbations dans les logiques habituelles. (...) L'œuvre s'affiche en même temps sur plusieurs écrans en divers points de la planète (...) Certes un site est défini par une adresse qu'on peut localiser, mais les règles de la topographie virtuelle sont particulières. Pour l'internaute, chaque site se présente comme un espace en soi qui, quand on l'affiche dans la fenêtre d'un navigateur, émerge du magma électronique. Plutôt que d'être un lieu, un site est un espace aux propriétés physiques déconcertantes : pas de surface, pas de frontières, ni murs, ni environnement

¹ Cf. <http://www.oss.jodi.org>

² Ibid., p.83

³ Cf. <http://potatoland.org/shredder/about.html>

⁴ Cf. <http://www.ljudmila.org/~vuk>

⁵ Cf. <http://www.irational.org>

⁶ Cf. <http://www.synesthesie.com>

immédiat, et néanmoins espace public façonné par une forme et un contenu qui exprime son identité. »¹ **Le réseau est à la fois espace rural et espace urbain, espace local et espace global, espace public et espace privé.**

Enfin son échelle planétaire nous confronte à une « déterritorialisation » des informations. Ses propriétés topographiques sont telles que Fred Forest, (pour qui la notion d'espace est au centre des préoccupations esthétiques comme le démontrent les œuvres : *Parcelle/Réseau* (1996), *Territoire des réseaux* (1996), *J'arrête le temps* (1998) et *La machine à travailler le temps* (1999)²), considère le cyberspace comme un 7ème continent. Paradoxalement, cette impression troublante de « déterritorialisation » ou de « dépaysement », est également facteur de plaisir. « Les artistes sont désormais en mesure de s'emparer d'Internet pour nous faire « voyager », pour nous faire « naviguer ». Ils le font déjà pour notre plus grand plaisir »³.

Le caractère troublant du réseau Internet ne se réduit pas seulement au fait qu'il constitue une sorte de « non-lieu » ou du moins de lieu indéfinissable. En effet, il déstabilise et recompose le temps, Olivier Auber avance l'idée d'un point de fuite non plus associé à l'espace (perspective géométrique), mais au temps⁴. Sur Internet il n'existe plus que deux temps : le temps différé et le temps simultané également appelé « temps réel ». Le temps réel, qui ne peut s'écouler que sur un réseau comme Internet, à la fois interactif et répandu à l'échelle planétaire, modifie en profondeur notre perception de l'œuvre puisque notre approche s'avère instantanée et donc plus intuitive.

b. L'Infini dans le temps et dans l'espace

S'inspirant des théories de Kant (*Observation sur le sentiment du Beau et du Sublime*, 1974) Mario Costa émet l'hypothèse que l'« absolument grand » génère un sentiment négatif de peur et d'impuissance⁵. Face à l'essor technologique, le Sublime naît de la conscience de nos propres limites physiques.

¹ Anne-Marie Morice, « Essai de légitimation du e-art », 2001, Cf. <http://www.synesthesie.com>

² Cf. http://www.webnetmuseum.org/html/fr/expo_retr_fredforest/actions_fr.htm

³ Fred Forest, *Pour un art actuel*, Paris, l'Harmattan, 1998, p.216

⁴ Olivier Auber, « The Aesthetic of the Digital Perspective » dans le catalogue d'*Artmedia VIII*, Paris, 2002. Cf. <http://www.olats.org>

⁵ Mario Costa, *Il sublime tecnologico*, Rome, Castelveccchi, 1998, p.46

Théoricien et membre actif de l'Esthétique de la communication, le philosophe italien Vincent Cuomo admet : « chaque fois que je me connecte au réseau, ce que d'habitude j'appelle *mon corps* semble se dilater, acquérir de la puissance d'être (dans le sens spinozien du terme) : l'être sensiblement ailleurs, bien que cet ailleurs reste indécidable quant au *lieu*, semble accroître mon *être*. D'autres fois je ressens, au contraire, un sentiment d'*impuissance* : la connexion au réseau rend manifeste mon faible pouvoir de contrôle sur lui, en manifestant, au même moment, sa puissance *externe*. Parfois il me semble ne faire qu'un avec le réseau, d'autres fois je me sens réduit à un simple périphérique d'une machine qui se connecte à d'autres machines»¹.

De tels bouleversements spatio-temporels sont sans précédent car pour la première fois un moyen de télécommunication comme Internet implique la notion d'Infini. En pratique les sites diffusés sur Internet ont une durée de vie extrêmement courte, généralement pour des raisons techniques, le record de longévité étant attribué à Valéry Grancher pour son œuvre *No Memory, 1997*, citée par Costa dans *Internet et globalisation esthétique*². En théorie, cependant ces sites ont une durée de vie illimitée puisqu'ils bénéficient généralement d'un processus dynamique auto-générateur susceptible d'assurer l'évolution de l'œuvre pour un temps indéfini³.

Internet offre ainsi aux artistes un champ d'expérimentation temporel incroyablement étendu. Le spectateur est non seulement confronté à différents types de temporalités inédits, mais aussi, la longévité des œuvres est extrêmement variable et peut aller de la disparition quasi instantanée du site à sa mise en circulation pour une période indéfinie. Seul le numérique permet une reproductibilité à l'identique et à l'infini, puisque chaque information est automatiquement traduit en un code inaltérable. Le processus de reproductibilité, caractéristique de nombreuses œuvres du siècle dernier et mis en évidence par Walter Benjamin⁴, qui anticipait déjà les thèses de McLuhan, atteint avec le

¹. Vincent Cuomo « Tele-cum-être-ici. Topologie de l'impersonnalité » dans le catalogue de *Artmedia VIII*, Paris, 2002. Cf <http://www.olats.org>

². Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique*, Paris, L'Harmattan, 2003, p.92

³. Anne Sauvageot et Michel Léglise, *Culture visuelle et art collectif sur le Web*, Université de Toulouse Le Mirail – Ecole d'Architecture de Toulouse, juin 1999, p.38

⁴. Walter Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris, Edition Allias, 1936.

numérique son paroxysme. Et même, peut-on considérer que la révolution numérique marque une ultime étape dans la perte de l'aura et de l'unicité de l'œuvre d'art.

L'espace du réseau Internet est par essence infini puisqu'il s'affranchit de toute limite spatio-temporelle, n'étant autre qu'un réseau virtuel placé dans un contexte immatériel. Le passage emprunté par Fred Forest dans *Pour un art actuel*, à la thèse de Doctorat de Stephan Barron (*Art Planétaire Romantisme Techno-Ecologique*, Paris VIII 1997) illustre notre propos : « On a aussi l'impression de se perdre dans un infini, celui du réseau des télécommunications, un réseau planétaire dont la dimension nous dépasse. On expérimente activement pour la première fois par l'intermédiaire de machines cette conscience cosmique, le lien avec la nature, l'infini, les autres, l'autre, que l'on expérimente dans la médiation. Chacun conserve sa conscience, mais une partie de notre conscience est partagée, reliée à un plus vaste ensemble.»¹.

Or la notion d'Infini dans l'espace est inconcevable puisqu'il devient impossible d'embrasser le réseau dans sa totalité, et nous est même insupportable. Preuve en est, l'usage pour caractériser l'espace du réseau d'un champ lexical qui emprunte à titre métaphorique une terminologie propre à l'espace physique réel (« Habiter » et/ou « naviguer » sur le réseau, « Home page », « adresse » URL ...), ce qui témoigne, à notre avis, de manière significative d'une forme de résistance liée à notre instinct de conservation sur ce qui nous échappe et de notre incapacité d'envisager le réseau entant qu'espace infini.

A l'illusion de se déplacer dans un espace réel, (comme en témoigne cette nouvelle terminologie), s'ajoute celle d'une certaine proximité entre les sources et les personnes connectées ce qui provoque une certaine satisfaction de la part de son utilisateur et conforte la hypothèse de Mario Costa selon laquelle le Sublime Technologique ne soit jamais un sentiment éprouvé de manière totalement positif ou négatif : car il est à la fois source de satisfaction et de frustration. Professeur émérite des Sciences de l'Information et de la Communication à l'IUFM de Versailles, Isabelle Rieusset-Lemarié a souligné que cette fascination pour l'Internet ne tient pas seulement d'une illusion de contrôle du réseau mais

¹. Fred Forest, *Pour un art Actuel*, Paris, L'Harmattan, 1998, p.158

également de celle d'une « proximité utilitaire », de même que la télévision génère l'illusion d'un « rassemblement » : « Sur le réseau, tout serait rendu disponible à la simple commande de la souris. Quel qu'il soit, l'objet « à portée de main interactive » serait ce qui répond « à la commande » et qui induit, en retour, une illusion de maîtrise. Il serait cet objet « mis à disposition » dans le règne du « commandement »... Il suffirait d'un clic de main sur la souris pour que telle information, telle image, devienne disponible « à la commande ». Quelle que soit la distance géographique qui vous sépare de la bibliothèque où est conservé tel texte ou de la base de données où est archivée telle image, ce document viendrait s'inscrire, grâce au réseau, dans la proximité de votre écran, au lieu même de votre domicile. La distance de ce qui est sur le réseau serait potentiellement abolie : tout ce qui s'y trouve serait « à portée de net », « à portée de main interactive » »¹. ***J'arrête le temps* (en figure 11), site Internet conçu par Fred Forest à l'occasion de la « fête de l'Internet » à Paris en mars 1998, en est un exemple patent. A l'aide d'un écran géant et d'une dizaine de consoles à consultation, ce projet, également cité dans *Internet et globalisation esthétique*², propose au visiteur un voyage imaginaire dans le temps et dans l'espace autour de la planète. Fred Forest eu l'idée de placer vingt-quatre Webcams sur chacun des fuseaux horaires et nous invite à parcourir vingt-quatre heures en une heure. Les Webcams sont disposées de manière à ce qu'on puisse apercevoir le paysage en arrière plan et avoir véritablement l'impression de voyager d'heures en heures.**

D/ Réappropriation des technologies par la programmation

Comme nous venons de le souligner, la perte de contrôle sur les machines suscite bien souvent la réticence et l'inquiétude. C'est pourquoi l'Esthétique de la communication opte pour une Esthétique du programme, c'est-à-dire pour reprendre la définition de Mario Costa, « une activité abstraite de l'intellect, faite de nombres et d'opérations logiques et mathématiques³ », qui abolit toute distinction entre art, technologie et science. En réponse à la submersion des télécommunications et afin de préserver la fonction ludique et plaisante de l'art,

¹. Isabelle Rieusset-Lemarié, « Les chemins de l'œuvre d'art au-delà de l'utilisabilité, A porté de net : Quelle proximité ? », dans le catalogue de *Artmedia VIII*, Paris, 2002

Cf. <http://www.olats.org>

². Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique*, Paris, L'Harmattan, 2003, p. 93

³. Op.cit., p.109

les artistes de l'Esthétique de la communication et en particulier du Net art, s'engagent à une réappropriation des nouveaux media par la programmation. Jean-Paul Fourmentraux considère que « l'acte créatif relève de la conception d'un programme d'ordinateur (un algorithme) dont l'implémentation constitue simultanément la source (invisible) et le cœur de l'œuvre plastique. Cette forme d'art algorithmique promeut ainsi une remontée de l'acte créatif en amont de l'œuvre, à ses prémisses enfouis et inaccessibles. »¹. **Les spécificités du medium Internet impliquent donc nécessairement une approche conceptuelle et calculée de l'œuvre, excluant toute forme d'imprévu ou d'improvisation.**

Dans son rapport *Culture visuelle et art collectif sur le Web*, commandé par la Délégation des Arts Plastiques française en juin 1999, Anne Sauvageot révèle que « la première contrainte sur Internet, est celle-là même qui est liée à la numérisation du dispositif : la nécessité de la programmation qui fait davantage du projet artistique un travail d'écriture et de conception en amont d'une œuvre plastique »². **Elle illustre son propos en empruntant un extrait de son interview avec Valéry Grancher :** « Je ne travaille pas comme dans la peinture où je découvre en travaillant, ça part toujours d'une réflexion théorique. Je ne pars pas du réseau comme on partirait d'une palette, c'est très en amont. C'est un travail un peu similaire à l'écriture en fait »³.

Or, nos facultés cognitives accompagnées de notre conviction d'une certaine supériorité sur la machine est somme toute jubilatoire et donc source de plaisir, d'où l'objectif des artistes de la communication de s'approprier et de « domestiquer » les nouvelles technologies par la programmation. Ceci rejoint la thèse de Costa selon laquelle le plaisir, associé au sentiment du Sublime, naît de la gratification de posséder un instinct de conservation développé et de la reconnaissance de la supériorité de l'homme sur la nature et sur les machines.

En résumé, Mario Costa voit dans l'intégration des technologies de la communication à la sphère des arts plastiques, la résurgence du sentiment du Sublime, l'excès technologique étant encore considéré de manière plus ou moins consciente comme une menace pour la liberté humaine, en témoignent les œuvres du Net art qui intriguent plus ce qu'elles ne plaisent.

¹ Jean-Paul Fourmentraux, *Art et Internet*, Paris, C.N.R.S. éditions, 2004, p.90

² Anne Sauvageot et Michel Léglise, *Culture visuelle et art collectif sur le Web*, Université de Toulouse Le Mirail – Ecole d'Architecture de Toulouse, juin 1999, p.35

³ Ibid., p 35.

CHAPITRE 3
POUR UNE NOUVELLE ESTHETIQUE

A travers ses publications, Mario Costa ne se contente pas seulement d'« historier » le courant dont il est le co-fondateur dans l'intention de le légitimer, mais de nous convaincre de la radicale reconfiguration que vit notre société à l'heure actuelle, générée par la soudaine irruption des télécommunications et du numérique dans notre quotidien. L'Esthétique de la communication serait donc une esthétique résolument nouvelle comparée à l'ensemble de la production actuelle d'artistes qui ignorent l'intérêt de ces nouveaux outils de création.

I. LA REVOLUTION DU WEB

La réflexion de l'Esthétique de la communication se nourrit de la conviction que la communication à longues distances est un élément moteur des transformations de notre monde. Nul ne peut ignorer de nos jours qu'Internet est une révolution aussi importante que celle l'imprimerie, du téléphone ou de la télévision. Il n'est plus à douter de l'omniprésence et de l'implémentation des dispositifs communicationnels dans notre environnement, ni de leur influence sur nos habitudes perceptives et cognitives. Reste à comprendre ce que changent les technologies de la communication et le numérique.

A / Dépendance technologique

Le besoin éprouvé d'être en permanence connecté, en relation avec l'autre, explique que les nouvelles générations ont tendance à privilégier les canaux médiatiques au contenu du message, ce qui est au demeurant à l'origine de l'appauvrissement du langage écrit. « Il faut bien remarquer dans les comportements des jeunes générations une pratique de la communication qui ne se fonde pas nécessairement sur la volonté d'échanger des " contenus " mais sur le besoin, plus fondamental, d'être connecté au réseau.»¹ **remarque Fred Forest. On retrouve ainsi l'idée d'une communication sans information que l'a remarquablement démontré Marshall MacLuhan. L'engouement pour les villages globaux, et les**

¹. Fred Forest,
http://www.webnetmuseum.org/html/fr/expo_retr_fredforest/textes_critiques/textes_divers/3manifest_esth_com_fr.htm#text

cybercommunautés est de plus en plus manifeste, comme en témoigne l'augmentation phénoménale des forums de discussions sur Internet, et ce, grâce à la possibilité unique qu'offre le réseau Internet de communiquer de manière simultanée et à l'échelle planétaire. Mais bien avant que ce phénomène s'accroisse avec l'essor d'Internet, le monde de l'Art Contemporain a cherché à maîtriser et à imiter les stratégies de communication. Anne Cauquelin a démontré, en s'appuyant sur la figure emblématique de Léo Castelli, dans *L'Art Contemporain*, que le système de l'art fonctionne lui-même comme un réseau. Elle déclare que « la notion de « sujet » communicant s'efface au profit d'une production globale de communication. »¹.

B/ La fin du linéaire et des grands récits

Dans son célèbre ouvrage, intitulé *La condition postmoderne*² (1979), le philosophe Jean-François Lyotard souligne les incidences de l'hégémonie du numérique dans une société, qui, jusqu'au XIXe siècle, constituait un tout organique et prend depuis les années 50³ la tournure d'un système autorégulé cybernétique dont l'optimisation à l'échelle globale est devenu essentiel. Lyotard soutient par ailleurs la thèse que nous assistons à une dissolution du lien social et à une atomisation de la société, puisque le « moi » est désormais noyé dans un flux d'informations toujours plus complexes et mobiles⁴. Ce nouveau modèle de société implique une re-légitimation du savoir puisqu'on assiste à une décomposition des grands récits ainsi qu'à une dispersion des sources d'informations issues de groupes composites. Il remarque que le langage gagne également en importance et en complexité. Il n'est plus question de simple transmission unilatérale, ou de un simple dialogue.

Fred Forest reprend les investigations théoriques de son aîné en reconnaissant l'abandon logique du narratif dans l'art et du linéaire dans la pensée, suite à l'exploitation des hypermedia, du numérique et du réseau qui

¹. Anne Cauquelin, *L'art contemporain*, Paris, *Que Sais-je?*, n° 2671, PUF, 1992

². Jean-François Lyotard, *La condition postmoderne*, Paris, Les éditions de Minuits, 1974

³. *Ibid.*, p.25

⁴. *Ibid.*, p.31

implique nécessairement une lecture discontinue du récit et un parcours rhizomique des données¹. Il soulève également une pratique empirique de la navigation sur Internet qu'imposent les moteurs de recherche (Google, Yahoo, Lycos etc.). Le réseau Internet est le seul media doté d'un système hypertextuel interdisant toute navigation linéaire. L'internaute rebondit en ricochet de lien en liens dans un maillage virtuel en perpétuelle évolution puisque chaque création d'un nœud participe à l'évolution globale du réseau. Noyés dans un environnement de données qui se croisent, apparaissent et disparaissent sans ordre ou hiérarchie préétablies, il nous est impossible d'opter pour un quelconque point de vue d'ensemble et encore moins d'envisager une lecture linéaire et donc progressive des informations. La fin des grands récits aboutit à la diversité et au pluralisme qui figurent parmi les principes fondamentaux du postmodernisme.

C/ Rupture épistémologique

Dans *La condition postmoderne*, Jean-François Lyotard, soutient la thèse que les sociétés informatisées sont sujettes à une modification radicale du statut du savoir. L'incidence des technologies de la communication sur le savoir est de plus en plus manifeste, à mesure que l'usage des ordinateurs se banalise. Elles modifient notre manière d'envisager la recherche, la transmission et le stockage des connaissances qui ne se conservent que sous forme de banques de données. Face à l'accroissement démesuré de la quantité d'informations en circulation, nous sommes tentés d'assimiler le savoir à de la marchandise. Pour que le savoir puisse être facilement consommable, le message doit être riche en informations mais simple à décoder², ce qui rejoint les théories de McLuhan d'un désintérêt croissant pour du contenu du message au profit du media. La simplification du message est accompagnée d'une volonté de transparence communicationnelle³. Nous retiendrons en conséquence majeure le changement de la classe des décideurs, majoritairement constitué de chefs d'entreprises, fonctionnaires,

¹. Fred Forest, *Pour un art actuel*, Paris, L'Harmattan, 1998, p.124-128

². Jean-François Lyotard, *La condition postmoderne*, Paris, Les éditions de Minuits, 1974, p.15

³. Ibid., p.16

syndicaux, dirigeants de grands groupes professionnels etc.¹, car ne détiennent désormais le pouvoir que ceux qui ont accès à l'information. Ce phénomène nouveau a donné l'impulsion au capitalisme et à la globalisation. L'accès à l'information et la maîtrise du système d'échange qui la diffuse serait donc synonyme de pouvoir. Le savoir est maintenant à portée de main et non plus réservé aux personnes de pouvoir, en l'occurrence à l'Etat. L'évolution du statut du savoir causée par l'hégémonie des nouvelles technologies de la communication n'est donc pas sans conséquence.

D/ Formation d'une hyper-conscience

La coopération intellectuelle entre humains est au centre des préoccupations de l'Esthétique de la communication, comme en témoignent les nombreux projets collaboratifs du groupe évoqués dans les chapitres précédents. La notion d'hyper-sujet et donc d'hyper-conscience, déjà explorée dans les années 20 par Jean Arp et Marx Ernst est, pour Costa, ce qu'il a de plus spécifique et de plus significatif du Sublime technologique². En effet, il soutient fréquemment l'idée que l'informatique nous amène à une nouvelle manière d'être et d'éprouver. Mario Costa emprunte une expression syncrétique au grec : « Aisthêsis », qui signifie perception et a donné le mot synesthésie, « syn » (ensemble) et « aisthesis » (perception). Cette nouvelle manière d'être et de percevoir en même temps est à l'origine d'une synthèse cognitive, et rejoint la thèse soutenue par Pierre Lévy de l'émergence d'une intelligence collective tributaire des réseaux de communication. Le succès fulgurant de sites participatifs qui proposent le partage de photos, de musiques, et de connaissances comme MySpace, Flickr, You Tube ou encore Wikipedia, attirant chaque jour des millions d'internautes, le démontre parfaitement³.

¹. Ibidem

². Mario Costa, *Il sublime tecnologico*, Rome, Castelvechi, 1998, p.106

³. Stephan Levy et Brad Stone, « La révolution du Web 2.0 », extrait tiré du *NewsWeek* (New York) dans *Courrier International*, n° 826, 31 août – 6 septembre 2006

En 1994, Pierre Lévy présentait à l'Université Européenne de Recherche sa théorie sur l'« intelligence collective »¹, convaincu que nous sommes passés à un mode de communication radicalement nouveau. Pour Lévy, l'amélioration des échanges de savoir est telle que l'étude de l'intelligence, qui tient compte à la fois de facteurs sociaux culturels, techniques, psychologiques et économiques, constitue une nouvelle discipline à part entière. Conséquence de la « déterritorialisation » de l'information, de nouveaux modes de dialogues apparaissent, s'orientent vers le ludique², et changent en profondeur l'imaginaire collectif, puisque la spécificité du réseau Internet est d'être un espace à la fois collectif et personnalisé. On le voit notamment dans la multiplication des communautés virtuelles, de véritables « écosystèmes d'idées »³. Les exemples de telles communautés d'artistes sur le réseau sont nombreux. Les mailings listes et forums d'échange les plus souvent cités sont Rhizome⁴ et Nettime⁵ : Sources d'informations précieuses pour tout amateur de Net art, ces sites donnent accès à des textes, des conversations, des listes de contacts et des commentaires qui remontent parfois à plusieurs années.

La puissance et la richesse de cette intelligence collective résident dans l'hétérogénéité des réseaux impliqués, qu'ils soient composés de personnes, d'instruments technologiques et/ou de documents interconnectés. L'enjeu de l'intelligence collective (et de la synesthésie) n'est pas des moindres puisque le bon fonctionnement des sociétés postmodernes dépend de leur capacité à échanger, à diffuser des connaissances et à utiliser de manière pertinente le cyberspace. Pierre Lévy conclut son article ainsi : « Le jeu de l'intelligence collective, (...), pourrait représenter la nouvelle forme que prend la culture dans la société de connaissance informatisée. En effet, je fais l'hypothèse que le mouvement essentiel de la société de l'avenir consistera à faire converger délibérément l'épistémologie (le savoir sur la connaissance) et l'économie (le savoir sur la production

¹ Pierre Lévy, *L'intelligence collective*, Paris, la Découverte, 1994.

² Pierre Lévy, « Le jeu de l'intelligence collective » dans le catalogue d'Artmedia VIII, 2002, Paris. Cf. http://www.olats.org/projetpart/artmedia/2002/mono_index.php

³ Ibid., p.4

⁴ Cf. <http://www.rhizome.org>

⁵ Cf. <http://www.nettime.org>

et les échanges). L'intelligence collective se trouve précisément au point focal de cette convergence.»¹.

L'évidente importance des mutations sociales causée par l'irruption des technologies de la communication dans notre société, nous permet de mieux comprendre l'irritation du groupe de l'Esthétique de la communication, qui estime que les instruments de communication ne peuvent plus être exclus du paysage artistique. Convaincus que le monde de l'Art Contemporain devra tôt ou tard accepter les nouvelles perspectives qu'offre l'informatique, le groupe de l'Esthétique de la communication s'engage à réagir à l'inertie de ceux qui l'ignorent.

II. RECONFIGURATION DE NOTRE EXPERIENCE ESTHETIQUE

A/ La notion d'artiste en voie disparition

a. Partage des compétences

Internet rend difficile voire impossible l'attribution de la paternité de l'œuvre puisque les rôles d'artiste, de scientifique ou de technicien sont ici amenés à se fondre et se recouper. Parfois même, le site est le fruit de l'investissement d'une équipe toute entière. Etant donné l'extrême complexité fonctionnelle, structurelle et typographique du réseau, les artistes se trouvent dans l'obligation de recourir à une assistance pour chaque étape qui suit la conception du projet, en d'autres termes pour sa réalisation, sa diffusion et sa réception (si l'œuvre est participative). Dans son rapport Culture visuelle et art collectif sur le Web, pour la D.A.P. (1999), Anne Sauvageot évalue à environ un cinquième la proportion d'artistes ayant été seuls à concevoir et à réaliser leur site². Et même pour les adeptes de l'informatique, il ne faut pas oublier que derrière chaque logiciel se cache une équipe d'ingénieurs. On est bien loin du temps des peintres qui fabriquaient leurs propres pigments pour réaliser leurs toiles. La nouveauté

¹. Ibid., p.13

². A. Sauvageot et M. Légise, *Culture visuelle et art collectif sur le Web*, rapport de recherche commandé par la Délégation des Arts Plastiques, Paris, juin 1999, p.97

des projets conçus pour le réseau est le reflet d'une nouvelle forme de coopération. Une coopération qui laisse entrevoir certaines contraintes extérieures aux enjeux esthétiques : l'acquisition d'un savoir-faire, la nécessité de trouver d'importantes sources de financement, et un système de distribution qui accepte de véhiculer et maintenir le site...¹.

Ce partage de compétences a des conséquences inédites puisqu'il redéfinit le statut et le rôle de l'artiste qui s'apparente désormais davantage à celui de l'architecte ou du chef d'orchestre². En effet, l'intention créatrice s'avère difficile à départager, même au moment de la conception, puisque les contraintes de réalisation s'avèrent bien différentes et plus nombreuses que celles des media traditionnels, ce qui n'est pas sans poser problème (droits d'auteurs, attributions artistiques, rémunérations...). Remarquons par ailleurs qu'un certain nombre d'artistes du Net ont choisi d'abandonner leur identité. C'est le cas de l'artiste (ou du collectif) du pseudonyme « Mouchette » dont la réputation est désormais bien établie sur le réseau³. Cette profonde remise en question de la notion d'auteur va de pair avec les théories de Mario Costa, lequel revendique ouvertement, l'urgence d'une remise en cause du style, de l'expression, de la créativité et de mystification de l'artiste⁴.

b. Rôle de l'interactivité

Le monde de l'art ne peut ignorer que la notion de relation joue un rôle de plus en plus important dans les courants de pensée contemporains. Interviewé dans la revue bimensuelle *Nov'Art*, spécialisée dans l'art numérique, Pierre Lévy souligne que « la notion de travail collectif, de production intellectuelle collective a toujours existé. On pense toujours avec des instruments intellectuels fournis par la société et on pense en interaction avec d'autres. Mais aujourd'hui, la dimension collective de l'activité intellectuelle fait l'objet d'une prise de conscience particulièrement accrue... »⁵. **L'individu fait parti d'un réseau, d'un tout, et n'agit plus**

¹ Ibidem

² Op.cit., p.92

³ Rachel Greene, *Internet Art*, Londres, Thames & Hudson, 2004, p.114, Cf.<http://www.mouchette.com>

⁴ Mario Costa, *Il sublime tecnologico*, Rome, Castelvechi, 1998

⁵ Pierre Lévy, interview dans la revue *Nov'Art*, février 1994

seulement de manière autonome et isolée. Chaque individu habite un réseau de connexions diverses de sorte qu'il s'inscrit dans une multiplicité d'espaces et de lieux. L'Esthétique de la communication n'est pas seulement une esthétique de la relation, comme l'a défini Nicolas Bourriaud¹, une esthétique qui s'intéresse davantage à la notion de rituel dans l'art. En effet, le groupe privilégie la seule et unique forme de relation que le réseau Internet autorise : l'interactivité en temps réel et à l'échelle planétaire. En diffusant sur le réseau des œuvres essentiellement interactives, les artistes du Net proposent donc une réponse esthétique adaptée à la société postmoderne.

En désaccord avec une esthétique du passé, celle du Beau, basée sur un plaisir passif, l'Esthétique de la communication revendique une implication plus intense du spectateur qui caractérise, selon Costa, le Sublime². L'interactivité n'est pas une problématique récente dans l'Histoire de l'art. Elle est même antérieure aux expériences des décennies 60 et 70. Pour nous en convaincre, le philosophe italien nous rappelle quelques œuvres de Duchamp, ainsi que celles de Marx Ernst et de Picabia qui demandent la participation du spectateur³. En outre, Mario Costa élargi la notion d'interactivité à d'autres disciplines artistiques. En effet il note que l'idée d'« auteur éparpillé » et d'« œuvre partagée » qui définissent l'interactivité est également caractéristique des concerts de musique au cours desquels les musiciens se répondent les uns aux autres⁴. Qu'apporte alors le media Internet de fondamentalement nouveau? La grande nouveauté, selon Costa, est que cette forme d'interactivité existe à l'échelle planétaire, indépendamment d'un lieu ou d'un temps donnés⁵, contrairement aux Happenings ou aux performances des artistes Fluxus, par exemple. En effet, le Net art se distingue de ces performances, qui ont d'après Fred Forest rapidement pris l'allure de simples animations, puisqu'il ne s'agit plus d'un échange binaire émetteur/récepteur. A cela s'ajoute le fait qu'elle s'adresse à chacun. L'interactivité fait partie des fondements élémentaires du Net art, au même titre que la simulation et le temps réel. La participation du public est donc systématique et obligatoire, puisque les sites du

¹. Nicolas Bourriaud, *Esthétique relationnelle*, Paris, Les presses du réel, 2001

². Mario Costa, *Il sublime tecnologico*, Rome, Castelvechi, 1998, p.106

³. Ibid., p.108

⁴. Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique...*, Paris, L'Harmattan, 2000, p.90

⁵. Ibid., p.91

Net art sont volontairement soumis à la programmation des algorithmes. L'œuvre n'a de raison d'exister que si elle est activée par une tierce personne, ce qu'aucun media n'autorisait auparavant.

Pour certaines œuvres, le spectateur, ou l'internaute, est sollicité au point d'en devenir le co-auteur. L'implication du spectateur est donc renforcée. Ceci nous rapproche fortement du concept démocratique et utopique de « sculpture sociale » lancé par Joseph Beuys à la fin des années 70 et basé sur la conviction que chaque homme est potentiellement un artiste. Bien que l'artiste allemand se soit efforcé de poursuivre le travail de Duchamp, Mario Costa n'y fait curieusement aucune allusion dans ses écrits. Les degrés de participation diffèrent cependant d'un site à l'autre. Arrêtons-nous un instant sur la déclinaison de ces figures d'interactivité. Pour ce faire, nous nous appuyerons sur l'étude sociologique réalisée par Jean-Paul Fourmentraux à l'occasion de la commande du Ministère de la Culture et de la Communication du rapport déjà cité, *Culture visuelle et art collectif sur le Web*, et reprise dans sa dernière parution¹. Il distingue ainsi quatre sous-catégories de dispositifs interactifs : les dispositifs à « exploration », les dispositifs à « contribution », les dispositifs à « altération » et enfin les dispositifs à « alteration ».

Dans le cas des dispositifs à « exploration », le spectateur peut consulter librement l'œuvre, qu'elle soit finie ou en cours de finition, et est mis en position de simple navigateur usant des interfaces les plus simples (souris et clavier). C'est l'une des formes les plus communes sur le réseau. Ces sites invitent à la découverte, de manière plus ou moins ludique, grâce à un système d'hyperliens. Il s'agit donc d'un parcours que le spectateur peut emprunter à sa guise sans pouvoir en modifier les lieux. Le spectateur reste globalement très passif.

Dans le cas des dispositifs à « contribution », le visiteur est davantage impliqué. En tant que contributeur, l'internaute est à l'origine d'une transformation du site portant sur des matériaux visibles. Il ne s'agit plus seulement d'une simple navigation par successions de clics de souris. Ce dispositif autorise, de manière plus ou moins explicite, à changer le contenu du site, ce qui implique la modification du sens de l'oeuvre.

¹. Jean-Paul Fourmentraux, *Art et Internet*, Paris, C.N.R.S. éditions, 2005

Dans le cas des dispositifs à « altération », les participants travaillent en commun à un ouvrage, qui prend généralement la forme d'un envoi de textes, de sons ou d'images, dans le respect des règles imposées par l'artiste qui a conçu le site et des procédures algorithmiques. Les règles se devinent en jouant, ou bien sont rapidement énoncées. La participation à l'évolution de l'œuvre se fait à plusieurs, cependant elle ne se fait pas de manière synchrone, et c'est ce qui la distingue de la sous-catégorie suivante.

Enfin, dans le cas des dispositifs à « alteration », les visiteurs sont invités à collaborer à l'émergence d'une œuvre collective et autonome, mais non plus en temps différé, mais cette fois conjointement et simultanément. Chacun est amené à interagir en temps réel sur la création des autres participants. Cette dernière catégorie offre le système participatif le plus abouti.

Ce n'est pas un hasard si Mario Costa illustre son propos par des sites appartenant aux deux dernières catégories qui font du visiteur un co-auteur. Ce dernier fait l'éloge d'un certain nombre de sites dans son essai *Internet et globalisation esthétique*¹ tels que *ChainReaction* (1995) de Bonnie Mitchell, *365 jours* (1997) de Jan Kopp, *J'arrête le temps*² (1997) de Fred Forest (en figure 11), *Com-Post*³ (1996) de Stephan Barron et *Le Générateur Poïétique*⁴ (1986-2004) d'Olivier Auber (en figure 12), les trois derniers artistes étant étroitement liés au groupe de l'Esthétique de la Communication.

Le projet *ChainReaction*, présenté à l'occasion du Festival ISEA 95 à Montréal, est un exemple des plus réussis, l'une des premières œuvres participatives mêlant à la fois textes et images. Le visiteur est invité à télécharger des images diffusées en réseau, à les manipuler et par la suite à les renvoyer sur le site où elles prennent place dans sa généalogie. L'image sélectionnée à partir d'un catalogue est ainsi « prêtée » pendant 3 heures. A l'heure actuelle 350 images ont été constituées, l'objectif de départ étant de créer une base de données de 1000 images. Il semblerait que cette œuvre, qui se voulait à l'origine un « work in progress », ne soit plus accessible aujourd'hui⁵.

¹. Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique*, Paris, l'Harmattan, 2003, p.92-93

². Cf. <http://www.fredforest.org/time>

³. Cf. <http://www.com-post.org>

⁴. Cf. <http://poietic-generator.net>

⁵. Annick Bureaud, « Pour une typologie de la création sur Internet », dans *Leonardo/Olats*, janvier

Le Générateur Poïétique est en revanche un des rares exemples de dispositif à « alteraction ». Le principe du *Générateur Poïétique* est simple : il s'agit d'une production collective en temps réel d'une image commune. Plusieurs individus sont invités à se connecter, à un moment donné, s'étant au préalable fixés rendez-vous par courrier électronique. Le logiciel utilisé pour modifier l'image (altérant les formes et les couleurs) est volontairement rudimentaire afin que l'apprentissage se fasse dans les plus brefs délais. Ce site permet ainsi de voir en continu le travail de chaque participant. Il s'agit là d'un jeu collectif où chacun contrôle un petit bout d'une image globale. L'intérêt de ce projet n'est pas tant le résultat, c'est à dire l'image finale, que la communication qui s'est mise en place autour de cette action commune.

Quelque soit la participation du spectateur, la quête de l'interactivité des artistes du Net est commune, et l'enjeu n'est pas des moindres. Il s'agit en effet comme l'avait souligné McLuhan en 1964, de réveiller la conscience des usagers « engourdie » par la banalisation de l'usage des nouveaux media, afin de mettre en lumière l'incidence des mutations causées par ces derniers sur notre perception cognitive et sensorielle. La principale conséquence de la dimension participative des œuvres de Net art, est bien évidemment la dispersion de l'intention artistique et la mise en cause du statut de l'artiste, jadis seul visionnaire et unique créateur, ce que Mario Costa revendique depuis la naissance de l'Esthétique de la communication.

B/ L'œuvre d'art : insaisissable

a. Le flux et le transitoire

« La fin du linéaire dans la pensée, la généralisation du multimédia conduisent à la « complexité » et à la fin du narratif dans l'art. Sans transition, nous basculons de la « représentation » dans la « présentation », de « l'apparence » dans « l'apparition ». Cela veut dire que ce n'est plus le geste, l'objet, l'image qu'il s'agit de fixer, mais le

processus même de transformation qu'il faut capter dans ses rythmes et dans ses flux »¹, déclare Fred Forest dans son essai *Pour un art actuel*. L'artiste français reprend ainsi l'un des grands principes du groupe thématiques par Mario Costa² : l'Esthétique de la communication ne fabrique pas des objets et des formes, mais des « événements de flux spatio-temporels ou un processus dynamique et vivant ». Le monde dans lequel nous vivons, constitué d'ondes, de signaux radios, de connexions invisibles, se fait de plus en plus immatériel et impalpable. L'enjeu des artistes de la communication est précisément de rendre visible l'invisible. Les nouvelles technologies ne changent pas seulement la forme, ou le mode d'utilisation de l'œuvre d'art mais aussi sa nature.

La typographie joue sur l'aspect fragmentaire des œuvres. L'internaute perçoit en effet simultanément un nombre colossal de données, lui conférant dès l'ouverture de la première fenêtre une multiplicité de points de vue. Le parcours rhizomique qu'impose la structure des sites donne l'effet d'un « jeu d'emboîtement », pour reprendre l'expression d'Anne Marie Morice tirée d'un article publié dans la revue électronique « Synesthésie » dont elle est la fondatrice³. Elle ajoute : « Chaque page du Web s'effaçant pour d'autres pages ou d'autres sites nous fait passer dans un processus de disparitions et d'apparitions sur un mode qui tient de l'aspiration vers un espace virtuellement accessible. Chaque page marquée par l'hypertexte devient également le signe et le sens de la page à laquelle elle renvoie et l'engloutit, l'absorbe dans son propre champ de significations. L'apparition des fenêtres, incrustées ou flottantes, développe par ailleurs à la surface de la page des possibilités de multi-lectures de données provenant de différentes origines, d'une même base de données ou, par hypertexte, d'autres bases de données. ». **A cela s'ajoute l'ouverture et la fermeture de manière chaotique et à une vitesse frénétique de fenêtres parasites, bien souvent d'origine publicitaire.**

¹. Fred Forest, *Pour un art actuel*, Paris, l'Harmattan, 1998, p.93

². Extrait des « Principes de l'Esthétique de la communication », Mario Costa, dans *Art, réseaux, média*, de Annick Bureaud et de Nathalie Magnan, Paris, éditions ENSBA, 2002, p.220

³. Anne-Marie Morice, « Quelques éléments pour aborder le e@art », dans la revue électronique *Synesthésie*, numéro 10, avril 2001, cf. <http://www.synesthesie.com>

b. Mise en cause définitive de l'« aura »

Nous l'évoquions précédemment, l'une des spécificités du numérique est la reproductibilité des données à l'infini et à l'identique. Il paraît donc dérisoire de vouloir distinguer l'original de la copie. L'art numérique, et en particulier le Net art, est donc l'apothéose de l'art à l'âge de sa reproductibilité technique anticipé par Walter Benjamin en 1936¹. En effet, comme nous l'avons démontré, le caractère instable d'un support hypertextuel donne naissance à des œuvres insaisissables, fugitives, dispersées, éphémères. Cette caractéristique illustre le scénario mis en évidence par le philosophe Yves Michaud d'un « art à l'état gazeux »², ayant pour conséquences la banalisation de l'Esthétique et la désacralisation de l'œuvre d'art. La culture de la répétition et du plagiat met effectivement fin et de manière irréversible à l'originalité de l'œuvre. L'art n'est plus d'après Michaud au plus haut sommet du système symbolique de la culture mais un élément quelconque de ce système. Le « beau » se trouve dispersé dans tous les domaines, et concerne « les produits packagés, les vêtements de marque avec leurs logos stylisés, les corps body-buildés, remodelés ou rajeunis par la chirurgie plastique... »³. Contempler un objet d'art unique n'a de nos jours aucun sens.

Fred Forest met aussi l'accent sur le fait que, par leur nature immatérielle et virtuelle, ses œuvres ne peuvent être physiquement acquises. Internet empêche toute conception individuelle de l'œuvre et par conséquent efface toute idée d'appartenance. L'artiste français déclare : « La matérialité du pigment coloré sur la toile de lin cède la place à des déplacements de cristaux liquides sur la surface des écrans. Notre appropriation physique de l'œuvre d'art, notre relation affective, sensible, intellectuelle, s'en trouve profondément modifiées. Notre attachement intime à l'œuvre, d'art comme objet, à sa possession, voire au fétichisme dont il s'accompagne, peut même devenir un motif de frustration »⁴, nourrissant ainsi le sentiment Sublime technologique.

Yves Michaud souligne un phénomène nouveau propre à l'ère postmoderne, à savoir la « défocalisation » de l'attention, souvent liée à l'ambiance

¹. Walter Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris, éd. Allias, 1936

². Yves Michaud, *L'art à l'état gazeux*, Paris, éditions Stock, 2003

³. Op.cit., p.7

⁴. Fred Forest, *Pour un art actuel*, Paris, l'Harmattan, 1988, p.45

qui entoure l'œuvre¹. Ce constat est d'autant plus flagrant avec le système d'hypermédia interactifs (qui caractérise le réseau Internet) et son caractère hybride, mêlant texte, son, image, vidéo. L'image de temple de recueillement et de contemplation dédié à des œuvres sacrées et autonomes, traditionnellement associée aux musées, est désormais obsolète. Ce nouveau régime de l'attention, attribué à une génération que l'on a coutume de surnommer « génération zapping », implique un balayage rapide d'informations et un déchiffrement simultané de signes variés, à l'heure où les images n'ont jamais été aussi fluides et mobiles. La conséquence de cette expérience du visible issue d'un foisonnement d'informations permanent, est la formation d'une perception sans mémoire. Cette mutation comportementale héritière de l'omniprésence des technologies de la communication engendre la disparition complète de l'aura, déjà mise en péril par les techniques de reproduction (Walter Benjamin, *L'œuvre à l'époque de sa reproductibilité technique*, 1936) et l'industrie de la culture (Guy Debord, *La société du spectacle*, 1988).

III. POSITIONNEMENT PAR RAPPORT A L'ART CONTEMPORAIN

Grâce au numérique, l'essence de l'œuvre évolue, suite aux mutations sociales et aux découvertes technologiques. Le monde de l'art n'a pas d'autre choix que de s'adapter aux nouvelles problématiques mises en avant par les protagonistes de l'Esthétique de la communication. Ces derniers sont donc convaincus de la nécessité de re-définir l'Esthétique ainsi que les conditions de production et de monstration de l'œuvre d'art. Et même, persuadés d'être les seuls capables de proposer un art en accord avec leur temps, ils revendiquent l'exclusivité de cette position, par rapport à l'activité artistique actuelle, ainsi qu'au système officiel qui la légitimise (institutions et marché de l'art) qu'ils jugent dépassés.

¹. Yves Michaud, *L'art à l'état gazeux*, Paris, éditions Stock, 2003.

A/ L'Esthétique de la communication et la création actuelle

a. L'anachronisme de la production artistique depuis 1980

L'opinion de Mario Costa et de Fred Forest par rapport à la création de ces vingt dernières années est claire : l'incidence des télécommunications sur notre société est telle qu'elle rend totalement infondée l'utilisation de medium traditionnels à des fins artistiques (peinture, sculpture, danse, théâtre, architecture, cinéma). En d'autres termes, toute démarche en marge de la sphère de l'art des nouveaux media n'a pour eux aucune valeur esthétique. La position de Mario Costa et de Fred Forest paraît excessivement tranchée à l'égard de ceux qui ignorent ou nient les infinies possibilités créatrices qu'offrent ces derniers. Cette conviction est loin d'être partagée par tous les intellectuels, mêmes ceux qui, à l'instar des détracteurs de l'Art Contemporain, se sont penchés sur l'Esthétique relationnelle ; une esthétique proche à bien des égards de l'Esthétique de la communication puisqu'elle s'intéresse à l'ensemble des relations humaines et leur contexte social. Dans sa récente parution citée précédemment, l'ancien directeur du Palais de Tokyo remarque qu'il serait extrêmement réducteur de considérer que les technologies et les pratiques artistiques doivent systématiquement évoluer de concert, d'autant plus que l'avancée technologique est loin d'être universelle¹.

Ce que reproche Mario Costa aux artistes « anti-techno » n'est pas seulement leur anachronisme mais surtout leur passivité, dont jadis aucun peintre n'aurait fait preuve. L'art est même davantage en retard sur son temps que d'autres secteurs d'activités interdisciplinaires liés aux sciences (que Mario Costa a le mérite de représenter à chaque édition d'Artmedia). La volonté de se démarquer des autres mouvances actuelles est évidente. « Il serait une erreur grossière que de vouloir situer l'art des nouvelles technologies en lui assignant une place dans la continuité historique des mouvements artistiques en filiations avec l'art contemporain. »², affirme Fred Forest. Il semblerait que les protagonistes de l'Esthétique de la communication entretiennent l'image d'un groupe aux pensées

¹. Nicolas Bourriaud, *Esthétique Relationnelle*, Paris, Les presses du réel, 2001, p.67

². Fred Forest, *Pour un art actuel*, Paris, l'Harmattan, 1998, p.44

et aux actions volontairement en marge de l'Art Contemporain, soucieux de marquer leur appartenance à un art subversif et visionnaire. Leurs positions, à la fois radicales et utopiques, peuvent paraître décalées par rapport aux tendances postmodernes, car leur quête de vérité, n'est pas sans rappeler celles des avant-gardes modernes. N'est ce pas là une preuve évidente d'anachronisme ? On pourrait faire la même observation concernant le statut de l'artiste qui d'un côté est mis en péril, et de l'autre conserve son rôle d'éclaireur, voire de prophète.

Mario Costa estime que refuser d'intégrer des instruments de technologies de pointe, révèle d'une certaine peur, et parfois même de lâcheté, qui caractérise si bien le sentiment du Sublime technologique. « Saisi de vertige et d'angoisse devant un monde dont il ne maîtrise pas le changement, l'homme a tendance à se réfugier dans le passé. L'artiste refuse ce repliement. Il assume le présent, s'efforce d'en explorer les possibles. L'artiste est aussi un homme et un témoin engagé dans l'aventure d'une époque. Il ne peut ignorer, il ne peut échapper aux transformations radicales qui la secouent »¹, déclare sur son site Fred Forest.

Dans la continuité des avant-gardes, qui ont contribué au dépassement et à la perpétuelle redéfinition de l'art, la démarche des artistes de l'Esthétique de la Communication contraste avec celle des artistes actuels qui voient dans le post-modernisme l'avènement de l'hybride et la multiplication des sources d'inspirations, et refusent toute lecture progressive de l'Histoire de l'art.

Le retour à un engouement pour la peinture est manifeste depuis le début des années 80, et n'a pu échapper à l'Esthétique de la communication, qui la qualifie de récession créative. Ce retour avait été remarqué à l'occasion de grandes manifestations et expositions des premières années de cette même décennie. On se souvient du brusque changement de tonalité de la Documenta VII (1982), à l'initiative Rudi Fuchs, par rapport à l'édition précédente (1977) qui, sous la direction artistique de Manfred Schneckenburger, rendait compte de la position de l'artiste dans une société de mass media. Rudi Fuchs avait réagi en affranchissant la Documenta de tout appareillage théorique et implication sociale, et avait tenté de remettre en valeur la figure individuelle de l'artiste. La peinture

¹. Fred Forest, « Esthétique de la communication, nouvelles sensibilités et notion de relation », cf. http://www.webnetmuseum.org/html/fr/expo_retr_fredforest/textes_critiques/textes_divers/3manifest_esth_com_fr.htm#text

avait par conséquent été clairement privilégiée par rapport aux autres supports, comme en témoigne la présence de nombreux protagonistes de la Transavangarde italienne, des Nouveaux Fauves allemands, du Graphisme américain, pour la première fois présentés à la Documenta, ainsi que quelques peintres abstraits. On retiendra la participation de Barcelò, Baselitz, Polke, Kiefer, Basquiat, Haring, Chia, Cucchi, Clemente, et pour les plus anciens, Vedova, Mangold et Twombly.

Le groupe de l'Esthétique de la communication critique vigoureusement le conditionnement théorique d'un certain nombre d'intellectuels à la réputation bien établie dans le monde de l'art parmi lesquels le charismatique critique italien **Achille Bonito Oliva**. « Les derniers produits de la « Transavanguardia » ou de la « Badpainting » que l'on s'est efforcé de nous présenter comme des « révolutions » picturales de première importance dans le domaine de l'art nous paraissent bien dérisoires au regard des innovations et des bouleversements qui marquent notre époque dans d'autres domaines. L'esprit de création souffle aujourd'hui ailleurs; et c'est dans cet ailleurs que se repère le monde qui nous est sensible, que se forge l'esthétique qui sera l'esthétique de notre temps. De la physique moderne aux techniques de l'exploration spatiale, en passant par la biologie, la génétique, l'intelligence artificielle, l'informatique, le développement des communications et la pensée écologique, c'est là, sans aucun doute, que réside la sensibilité moderne bien plus que dans les productions conditionnées de l'art »¹, poursuit **Fred Forest**.

Mario Costa, quant à lui, reproche à de nombreux artistes de se servir des nouvelles technologies pour maquiller le manque d'originalité de leur démarche, étant conscient que, d'une manière générale les dispositifs qui requièrent un grand nombre de connaissances et de savoir-faire techniques, confèrent aux œuvres un caractère spectaculaire et donc attrayant. Ce déguisement se manifeste d'après Costa de deux manières bien distinctes : soit ces artistes utilisent de manière illustrative les nouveaux media au même titre que n'importe quel medium ancien, soit ils transfèrent de manière mimétique dans leurs pratiques traditionnelles respectives, les découvertes tirées de cette nouvelle esthétique².

¹. Ibidem

². Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique*, Paris, l'Harmattan, 2003, p.62

Mario Costa fait cependant l'économie de mentionner le moindre exemple précis pour justifier son propos.

b. La crise de l'Art Contemporain

Face à la pauvreté artistique actuelle, la nécessité de fournir un nouvel appareillage théorique qui tienne compte des mutations sociales en cours et de redéfinir l'art et ses conditions de production apparaît irréfutable aux yeux de Mario Costa. Il justifie son propos en mentionnant à juste titre la fameuse « Crise de l'art » qui a éclaté en France au début des années 90. On se souvient de quelques échanges virulents par articles de presse interposés (Télérama, Le Monde, Esprit, Politis...) entre les défenseurs de l'art contemporain tels que Philippe Dagen et Catherine Millet et ses détracteurs parmi lesquels Marc Le Bot, Jean Clair et Jean Baudrillard, qui ne voyaient dans l'art actuel qu'une immense supercherie internationale. Des études plus poussées comme le *Rapport Quemini*¹ (2002), ou encore l'ouvrage de Raymonde Moulin intitulé *L'artiste, l'institution et le marché*² (1992), et font un constat moins sévère moins mais tout de même préoccupant sur la qualité de la création artistique en France et le système de l'art dans son ensemble.

L'ensemble de ces intellectuels reproche aux artistes contemporains leur futilité, leur absurdité, leur coupure avec le public³. L'Esthétique de la communication partage leur pessimisme. Dans son ouvrage polémique *Pour un art actuel*, Fred Forest évoque lui aussi cette crise de sens et de popularité dont souffre l'Art Contemporain depuis quelques années. La raison de l'échec de l'Art Contemporain lui semble évidente, elle est due à l'incapacité d'« inventer des formes spécifiques et originales représentatives de leur époque »⁴, la matérialité de l'oeuvre d'art et l'attitude fétichiste du collectionneur étant encore trop présents. Le système de l'art est en décalage avec la situation de la société actuelle puisqu'il fonctionne essentiellement par échange d'objets. Fred Forest reproche

¹. Rapport réalisé par le sociologue Alain Quemini et commandé en 2002 par le sénateur Yann Gaillard pour Ministère des Finances

². Raymonde Moulin, *L'artiste, l'institution, le marché*, Paris, Flammarion, 1997

³. Yves Michaud, *L'art à l'état gazeux*, Paris, éditions Stock, 2003

⁴. Fred Forest, *Pour un art actuel*, Paris, l'Harmattan, 1998, p.67

enfin à ces artistes le manque de croyance et l'absence d'idéologie, contrairement aux avant-gardes, ainsi que la généralisation de productions individuelles¹. Mario Costa souhaiterait ainsi substituer à la multiplicité des tendances actuelles une esthétique commune, exclusivement liée à celle des technologies de la communication.

B/ L'Esthétique de la communication et le système de l'art

Depuis l'apparition des premières œuvres diffusées en réseau, le Net art s'est développé en marge des systèmes de reconnaissance officiels (musées, revues spécialisées et marché de l'art). Le marché de l'art et les institutions ne sont tout d'abord pas prêts à accueillir la nouveauté des découvertes relatives à l'intégration des télécommunications dans l'art. Ne serait-ce que pour des raisons techniques et financières, ni les galeries, ni les musées, et encore moins les appartements des collectionneurs ne sont adaptés à ce type de production, ce qui amène le groupe de l'Esthétique de la communication à penser que si la peinture est à l'heure actuelle si populaire, c'est avant tout pour des raisons de commodité, et non pour des raisons esthétiques. Fred Forest reproche le conditionnement du public par les acteurs de l'art appartenant à un système qu'il qualifie de « multinationale culturelle : « Quelques artistes, en dehors du marché, n'en poursuivent pas moins avec obstination une recherche fondamentale malgré des modes artistiques rétro qui prônent un retour inconditionnel à la peinture. En privilégiant le pigment pictural, le marché de l'art actuel répond uniquement à des impératifs économiques à court terme. Il faut bien des objets tangibles pour alimenter le commerce de l'art. Les circuits marchands de l'art n'ont pas trouvé encore d'astuces pour intégrer d'autres types d'information que tangibles et matérialisées à leur marchandise capitalisable.»²

Fred Forest est le premier artiste du Net à avoir mis en vente aux enchères publiques une œuvre numérique. *Parcelle/Réseau*, conçue en septembre 1996, fut mise en vente par Maître Jean-Claude Binoche le 16 octobre de la même année, à 14 heures 30 précises, et retransmise en temps réel sur un site par

¹. Ibidem

². http://www.webnetmuseum.org/html/fr/expo_retr_fredforest/textes_critiques/textes_divers/3manifest_esth_com_fr.htm#text

ImagNet. Elle fut au préalable présentée à l'occasion de F.I.A.C. (Foire Internationale d'Art Contemporain, Paris). *Parcelle/Réseau* est constituée d'un affichage de 16,7 millions de couleurs à la résolution 1280x1024, et représente des paysages virtuels dans la lignée de son œuvre précédente, *Territoire des réseaux*. Malgré l'incongruité de cette vente, l'acquisition de l'œuvre numérique s'est faite dans les plus strictes conditions : les deux acquéreurs, Bruno Chabannes et Antoine Beaussant ont reçu pour la somme de 58000 francs¹, soit 12000 dollars, une enveloppe certifiée par Maître Binoche et signée par l'artiste comprenant le code permettant d'en avoir l'accès exclusif.

L'auteur du procès contre le Centre Georges Pompidou, (poursuivi en justice pour « manque de transparence et excès de pouvoir »²), s'en prend cette fois au Marché de l'art. A travers cette action hautement préparée et médiatisée, l'artiste tente, en officialisant une œuvre qui n'est à priori pas achetable, de révéler les failles du système du marché et de son cadre juridique qu'il juge mal adapté aux sensibilités de notre époque. En effet, au terme de cette vente peu commune, l'artiste renonce à tous ses droits d'auteur et autorise les acquéreurs à modifier ou commercialiser *Parcelle/Réseau*.

Certains aimeraient pourtant forcer l'art des nouveaux media à intégrer le système institutionnel. En dépit des critiques formulées par les protagonistes de l'Esthétique de la communication, force est de constater que quelques expériences se sont avérées concluantes. Un nombre croissant de musées importants commence à constituer des collections d'œuvres de Net art. C'est le cas du MOMA à San Francisco³, du Guggenheim⁴ et du Whitney Museum⁵ à New York, du Walker Center⁶ à Minneapolis, de la Tate Modern⁷ à Londres et enfin du MNAM /centre Georges Pompidou⁸.

Par ailleurs, indépendamment de la collection permanente, le Net art est entré en force dans la plus grande institution française consacrée à l'Art Moderne

¹. Cf. <http://www.fredforest.org/Parcelle-Reseau>

². Cf. http://www.webnetmuseum.org/html/fr/expo_retr_fredforest/actions/49_fr.htm

³. Cf. <http://010101.sfmoma.org>

⁴. Cf. <http://www.guggenheim.org/internetart/welcome.html>

⁵. Cf. <http://www.withney/artport>

⁶. Cf. <http://www.walkerart.org>

⁷. Cf. <http://www.tate.org.uk/netart>

⁸. Cf. <http://www.centrepompidou.fr/netart>

et Contemporain, à l'occasion de l'exposition « Design interactif, expérience du sensible » (présentée du 19 novembre 2003 au 6 janvier 2004 au centre Georges Pompidou). On remarque également que les laboratoires de recherche et d'expérimentation spécialisés dans ce domaine se multiplient. En France il existe une poignée de laboratoires extrêmement dynamiques tels que le CIREN¹, dirigé par Jean-Louis Boissier et rattaché à l'Université Paris VIII, qui organise le festival « la Villette Numérique », Le Cube² à Issy-les-Moulineaux, dirigé par l'association Art 3000 depuis 2001 et son festival 1^{er} Contact, et enfin le CICV, dirigé par l'artiste Pierre Bongiovanni depuis 1994. A l'étranger, le ZKM en Allemagne, le V2 au Pays-Bas, le Ars Electronica Center en Autriche, le C3 en Hongrie et le Re-lab en Lituanie, font également figure d'exemple.

Et pourtant, il semblerait que Mario Costa et Fred Forest restent attachés à l'idée que l'art de la communication doit être diffusé en dehors des circuits officiels, cultivant ainsi l'image d'une démarche à la fois marginale et visionnaire qui accompagne cette nouvelle esthétique qu'ils soutiennent : la cyberculture doit nécessairement rester une contre culture. Et ils ne sont pas les seuls, d'après Nibert Hillaire et Edmond Couchot, à penser ainsi : l'immense majorité des artistes du Net défend l'idée de liberté, de contact direct avec le public et de circulation non contrôlée des œuvres³.

Bien que McLuhan affirmait, il y a plus quarante ans, que le message dépendait entièrement du médium, la réalité actuelle dans la sphère artistique est toute autre. En effet, le message, en tant que signification de l'œuvre, dépend du réseau dans lequel l'œuvre évolue, (le réseau désigne dans le cas présent, non pas Internet mais le système relationnel qui fait circuler les œuvres). C'est la thèse défendue par Anne Cauquelin dans son ouvrage consacré à l'Art Contemporain⁴, comme nous le rappelle le philosophe italien. Partageant les mêmes idées que la critique française, Mario Costa n'attache ainsi aucun crédit au système de l'Art Contemporain dans sa légitimation de la création artistique actuelle et se charge de le rappeler dans l'Appendice du même ouvrage dans la version qu'il a traduit⁵.

¹. Cf. <http://www.ciren.org>

². Cf. <http://www.lesiteducube.com>

³. Edmond Couchot et Norbert Hillaire, *L'Art numérique*, Paris, Flammarion, 2003

⁴. Anne Cauquelin, *L'art contemporain*, Paris, *Que Sais-je?*, n° 2671, PUF, 1992

⁵. Anne Cauquelin, *L'Arte Contemporanea*, Naples, Tempo Lungo, 2000

Cette légitimation répond ainsi à des critères extra esthétiques, exclusivement définis par des individus faisant partie intégrante de ce système car selon Anne Cauquelin : « La réalité de l'art contemporain se construit en dehors des qualités propres à l'œuvre, dans l'image qu'elle suscite dans les circuits de la communication. »¹. Cette dernière est convaincue de l'importance grandissante des réseaux et des circuits de communication dans l'Art Contemporain, non pour leurs implications esthétiques mais en tant qu'instruments de prestige. Elle cite le nom de figures emblématiques parmi lesquels Duchamp, Warhol, et Léo Castelli qui ont parfaitement su maîtriser le système d'échanges bien organisé que constitue l'ensemble des professionnels de l'art. Le système de l'art (marchand, musées, collectionneurs) en tant que producteur de sens, qu'Anne Cauquelin qualifie de « medium sociale », influe sensiblement sur la durée de vie de l'œuvre. On ne s'attend moins à ce que ce soit les artistes que les professionnels de l'art à produire du sens afin de maquiller l'absence de pertinence de l'œuvre. Le fonctionnement de ce système, que Mario Costa qualifie d'immense « machine du vide »², nous rappelle l'idée d'une communication sans information que nous avons développée plus haut. Mais cette communication du vide n'est nullement recevable pour l'Esthétique de la communication puisqu'elle ne sert pas des intérêts esthétiques mais économiques.

Cette « machine du vide » simule, d'après Costa, le « plein » et réussit à être suffisamment crédible auprès du public, chacune des composantes qui l'actionne étant suffisamment mobile³. Le philosophe italien, met le doigt sur un phénomène qui touche depuis un certain temps le système de l'art et qui nourrit la polémique sur l'Art Contemporain : les professionnels de l'art (critiques, directeurs de galeries, conservateurs de musées, directeurs de revues d'art, commissaires de Biennales etc.) n'hésitent pas à cumuler les fonctions, ce qui empêche toute mise en perspective du système dans son ensemble. Il paraît alors impossible de le justifier et de le légitimer dans sa totalité.

¹. Mario Costa, *Internet et globalisation esthétique*, Paris, l'Harmattan, 2003, p.50

². Ibid., p.51

³. Ibid., p.49

Conclusion

L'Esthétique de la communication s'est inscrite étape par étape dans l'Histoire de l'art et, selon ses protagonistes, est en passe de se substituer à l'épuisement des pratiques artistiques actuelles. En réponse à l'absence de réflexions et d'œuvres de qualités, Mario Costa propose un appareil théorique sérieux sur les conditions mêmes dans lesquelles l'Art, l'Esthétique, et la Théorie de l'art, sont amenés à évoluer. On lui doit l'élaboration de la théorie du « Sublime technologique » et plus largement d'un grand nombre de concepts qui gravitent autour de l'Esthétique de la communication.

Favorable au décloisonnement des disciplines (artistiques ou non), Mario Costa apporte une lecture personnelle, peu commune et non-linéaire de l'Histoire de l'art et navigue aisément entre Philosophie, Théorie de l'art, Esthétique et Histoire, si bien qu'il établit des connections entre les artistes tout à fait originales. La survivance d'une tendance à l'ornement et de la notion de Sublime dans l'art actuel, héritiers de l'exploitation des nouvelles technologies, font figure d'exemple.

S'inspirant de la pensée de Mario Costa, les protagonistes de ce courant émergent s'efforcent de démontrer que les technologies de la communication ont leur place dans la sphère de l'art grâce à leurs infinies possibilités créatives. Ils vont jusqu'à prétendre que seuls les télécommunications et le numérique devraient servir d'instruments d'expérimentation artistique, une position radicale qui est loin de faire l'unanimité des spécialistes. Pour autant, ils cherchent à s'éloigner de toute forme de technophilie excessive et nous mettent en garde, à travers leurs œuvres, des dérives perverses d'une surconsommation de nouvelles technologies. En effet, l'Esthétique de la communication questionne les implications esthétiques et sociologiques des télécommunications et du numérique, tout en se gardant, malgré certains propos de Fred Forest, de faire l'apologie utopiste des technologies.

Ni rupture radicale, ni continuation servile du passé, l'Esthétique de la communication promeut avant tout un art en accord avec son temps. Ce que confirme Anne Moeglin-Delcroix, professeur à l'Université Paris I Panthéon-

Sorbonne et directrice du programme Centre de Philosophie de l'Art de Paris, en reconnaissant que : « l'Esthétique de la communication repousse l'alternative : rupture/continuité. Son projet est simplement d'être de son temps, sans se limiter seulement à respirer 'l'air du temps'. »¹.

Si la redéfinition de l'esthétique que suggère Mario Costa s'avère pertinente, faut-il alors envisager une nouvelle discipline artistique ? Quels systèmes de diffusion, de conservation, de réception adopter ? Les centres d'art contemporains seront-ils capables de s'adapter aux particularités de ce nouveau média ? Dans le cas contraire, si Internet réussit à se substituer aux institutions et au marché de l'art, pouvons-nous nous attendre à long terme à une mort certaine des musées, galeries et maisons de ventes ?

Les essais de Mario Costa, qui demeurent relativement abstraits, ne nous renseignent pas non plus, sur la manière de maîtriser la prolifération d'œuvres sur le réseau. Quelle visibilité assurer aux artistes dans ce magma d'informations qui circulent en permanence sur le réseau ? Ce flou artistique est d'autant plus problématique que, hormis quelques spécialistes et critiques qui ont commencé à constituer des sélections de sites, le monde du Net art ne possède pas encore de système de légitimation satisfaisant. Sous quels critères peut-on d'ailleurs légitimer la production artistique sur le Web ?

Quelles solutions apporter au problème de l'accélération du progrès technologique qui empêche les artistes de concevoir trop en amont leurs projets de peur d'être rattrapés par le progrès, et les contraint à suivre continuellement des formations ? Les œuvres du Net art sont-elles condamnées à une durée de vie très limitée ? Le Net art est encore à sa phase adolescente, il s'épanouit, mais a encore du mal à trouver ses repères et à s'affirmer dans le monde de l'art. L'étude de l'art en réseau, et plus généralement des nouvelles technologies de la communication, permet cependant de soulever un grand nombre de questions et d'incertitudes que nous serons amenés à retrouver dans l'art du futur. Nous n'avons donc pas fini d'entendre parler de l'art des réseaux.

¹. Propos recueillis et traduits en italien par Mario Costa dans *Estetica della comunicazione*, Rome, Castelvècchi, 1999, p.86-87

Bibliographie

ESSAIS

- BENJAMIN Walter, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris, Edition Allias, 1936.
- BOURRIAUD Nicolas, *Esthétique Relationnelle*, Paris, Les presses du Réel, 2001.
- BUREAUD Annick et MAGNAN Nathalie, *art réseaux média*, Paris, ENSBA, 2002.
- CAUQUELIN Anne, *L'art contemporain*, Paris, *Que Sais-je?*, n° 2671, PUF, 1992
- CAUQUELIN Anne, *L'arte contemporanea*, traduction en italien de Mario Costa, Naples, Tempo Lungo, 2000.
- COSTA Mario, *Internet e globalizzazione estetica*, Naples, Tempo Lungo 2002.
- COSTA Mario, *Internet et globalisation esthétique*, trad. en français de Giordano di Nicola, Paris, l'Harmattan, 2000.
- COSTA Mario, *Dall'estetica dell'ornamento al computerart*, Naples, Tempo Lungo, 2000.
- COSTA Mario, *Il sublimo tecnologico*, Rome, Castelvechi, 1998.
- COSTA Mario, *L'estetica della comunicazione*, Rome, Castelvechi, 1999.
- COUCHOT Edmond et HILLAIRE Norbert, *L'art numérique, comment la technologie vient au monde*, Paris, Flammarion, 2003.
- DUFOUR Arnaud, *Que sais-je ? Internet*, Presses Universitaires de France, 1995.
- FERRIER Jean Louis, *L'Aventure de l'art au XXe siècle*, Paris, Hachette, 1990.
- FOREST Fred, *Pour un art actuel. L'art à l'heure d'Internet*, Paris, l'Harmattan, 1998.
- FOREST Fred, *De l'art vidéo au Net art*, Paris, l'Harmattan, 2004.
- FOURMENTRAUX Jean-Paul, *Art et Internet*, Paris, C.N.R.S. éditions, 2005.
- GREENE Rachel, *Internet art*, Londres, Thames & Hudson, 2004.

- KISSELEVA Olga, *CYBERART, un essai sur l'art du dialogue*, Paris, L'Harmattan, 1998.
- KRAUSS Roselind, *Passagi. Storia della scultura da Rodin alla Land Art*, Milano, éd. Bruno Mondadori, 1998.
- LYOTARD Jean-François, *La condition postmoderne*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1979.
- McLUHAN Marshall, *Gli strumenti del comunicare*, Milano (Italie), Il Saggiatore, 1967.
- de MERDIEU Florence, *Arts et Nouvelles Technologies*, Paris, Larousse, 2003.
- de MERDIEU Florence, *Histoire matérielle et immatérielle de l'art moderne*, Paris, Larousse, 2004.
- MICHAUD Yves, *L'art à l'Etat Gazeux, Essai sur le triomphe de l'esthétique*, Paris, Editions Stock, 2003.
- MOULIN Raymonde, *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion, 1992.
- RUSH Michael, *Les Nouveaux médias dans l'art*, Londres, Thames & Hudson, 2000.

ARTICLES, CATALOGUES, ACTES DE COLLOQUES ET RAPPORTS

a. Actes de colloque

Catalogue *Artmedia VIII*, huitième édition à Paris, (2002), version électronique dans la revue *Leonardo/Olats* :

- ASCOTT Roy, « Navigating Consciousness: Art and Transformative Technologies »
- AUBER Olivier, « The Aesthetic of the Digital Perspective »
- BARRON Stephan,
« Ozone, o-o-o, Contact" ... des œuvres technoromantiques entre présence et absence »
- BIANCHINI Samuel, « Image interactive : stratégie de manipulation »
- BOLOGNINI Maurizio, « SMSMS (Short Message Service Mediated Sublime): Art and Technological Sublime in the Urban Environment »

- COSTA Mario, « Bloc communicant et esthétique du flux »
- COUCHOT Edmond, « De la communication à la commutation »
- LÉVY Pierre, « Le jeu de l'intelligence collective »
- LESTEL Dominique, « Elements of a Phylogenesis of NetworkAesthetics: Expressive Rationality and Creative Regression »
- Mit MITROPOULOS, “Spaces for communication articulated, with and without technology”
- RIEUSSET-LEMARIE Isabelle: « Les chemins de l'oeuvre d'art au delà de l'utilisabilité (A portée de net : Quelle proximité ?) »

b. Catalogues

- Catalogue *Les Immatériaux, Paris, Editions BPI, 1987.*
- Catalogue *ISEA 2000_Revelation, 2000, Issy-les-Moulineaux, Co-Edition Musica Falsa / Art3000, 2000.*

c. Articles

- BUREAUD Annick, « Pour une typologie de la création sur Internet », dans *Leonardo/Olats, 1998.*
- COSTA Mario, « De l'art sociologique à l'esthétique de la communication », sur le site *Web Net Museum, Naples, mars 1994.*
- FOREST Fred et FISCHER Hervé, *Manifeste de l'art sociologique II, catalogue de l'exposition du collectif de l'art sociologique au musée Galleria, Paris, mai 1975.*

d. Rapports

- SAUVAGEOT Anne et LEGLISE Michel : *Culture visuelle et art collectif sur le Web*, juin 1999. Rapport de recherche financé par la Délégation des Arts Plastiques du ministère de la culture et de la communication.
- SIROT Jacques et NORMAN Sally Jane: *Trandisciplinarité et genèse des nouvelles formes artistiques*, novembre 1997. Rapport de recherche financé par la Délégation des Arts Plastiques du ministère de la culture et de la communication.

PRESSE ECRITE

- Journal bimensuel de l'association Art 3000, *Nov'art*, Hors série : spécial Etats Généraux, février 1997.
- Journal bimensuel de l'association Art 3000, *Nov'art*, n° 14, juin-sept. 1994.
- « La révolution Web 2.0 » dans le journal hebdomadaire *Courrier International*, n° 826, 31 août – 6 septembre 2006.
- Revue mensuelle, *Art Press*, Hors Série : *Internet all over, l'Art et la Toile*, Novembre 1999.

Sélection de sites Internet

CENTRES D'ART (VIRTUELS OU NON) ET FESTIVALS

<http://artnetweb.com>
<http://artport.whitney.org>
<http://re-lab.net>
<http://www.aec.at>
<http://www.aec.at/de/festival>
<http://www.c3.hu>
<http://www.ciren.org>
<http://www.ars-numerica.net>
<http://www.diacenter.org>
<http://www.lesiteducube.com>
<http://www.net-days.europe.com>
<http://cav.uing.net>
<http://www.transmediale.de>
<http://www.walkerart.org>
<http://www.zkm.de>

REVUES ELECTRONIQUES

<http://archee.qc.ca>
<http://biblio-fr.info.unicaen.fr/bnum/jelec/Solaris>
<http://www.adamproject.net>
<http://www.extraballe.com>
<http://www.mouvement.net>
<http://www.mudam.lu/Magazine>
<http://www.olats.org>
<http://www.paris-art.com>
<http://www.rhizome.org>
<http://www.spill.net/fr/index.html>
<http://www.synesthesie.com>
<http://www.tom.com>
<http://www.uyio.com>

SITE DE PROJETS D'ARTISTES DU WEB

<http://010101.sfmoma.org>
<http://404.jodi.org/>
<http://adaweb.walkerart.org/influx/muntadas>
<http://asdfg.jodi.org>
<http://artport.whitney.org/commissions/codedoc/index.shtml>
<http://art.teleportacia.org>
<http://closky.online.fr>
<http://exodus.avu.cz>
<http://manetas.com>
<http://mouchette.org>
<http://perso.wanadoo.fr/belouin>

<http://poietic-generator.net>
<http://sod.jodi.org>
<http://text.jodi.org/>
<http://vv.arts.ucla.edu/index.html>

<http://www.1h05.com>
<http://www.benayoun.com>
<http://www.bewitched.com>
<http://www.bram.org>

http://www.cicv.fr/creation_artistique/online/immondes_pourceaux/flash
<http://www.clayd.com>
<http://www.com-post.org>
<http://www.ensba.fr/alteraction>
<http://www.fredforest.com>
<http://www.fredforest.org>
<http://www.fredforest.org/Parcelle-Reseau>
<http://www.fredforest.org/territoire>
<http://www.fredforest.org/temps>
<http://www.fredforest.org/time>
<http://www.hometransfer.org>
<http://www.hybert.com>

<http://www.iath.virginia.edu/wax>

<http://www.icono.org>
<http://www.incident.net>
<http://www.intima.org>
<http://www.irational.org>
<http://www.jodi.org>
<http://www.key-words.info>
<http://www.levitated.net>
<http://www.ljudmila.org/~vuk/>
<http://www.flyingpuppet.com/>
<http://www.nomemory.org>
<http://www.monaco.mc/exhib/territoire>

<http://www.mouvement.net/cecile.html>

<http://www.mouvement.net/leo>

<http://www.oss.jodi.org>
<http://www.potatoland.org>
<http://www.recidive-asso.net>
<http://www.repohistory.org/circulation.html>

<http://www.rssgallery.com>
<http://www.satmundi.com>
<http://www.telepherique.org>

<http://www.thefileroom.org>

<http://www.theinvisibleman.net>
<http://www.theyrule.net>

<http://www.trans.artnet.or.jp/candy/>
<http://www.trans.artnet.or.jp/candy/ola/index.html>
<http://www.trans.artnet.or.jp/candy/candy/index.html>
<http://www.trans.artnet.or.jp/candy/mikestaffan/index.html>
<http://www.trans.artnet.or.jp/candy/thomas/index.html>
http://www.trans.artnet.or.jp/candy/YHC_HEAVY_INDUSTRIES/index.html
<http://www.tO.or.at>
<http://www.viewsfromthegroundfloor.com/fullscreenlaunch.htm>

<http://www.voiture35.net>

<http://www.zeitgenossen.com>

SITES D'INFORMATIONS SUR LES ARTS NUMERIQUES

<http://www.comm.uqam.ca/~GRAM/Accueil.html>
<http://www.culturebase.net>
<http://www.culture.fr/culture/mrt/bibliotheque/norman/norman.htm>
<http://www.culture.fr/CultureMultimedia/artsnumeriques/netart>
<http://www.culture.fr/culture/mrt/bibliotheque/sauvageot/sauvageot.htm>
<http://www.education.gouv.fr/rapport/risset/>
<http://www.finartforum.org>
<http://www.les20ansdesfrac.culture.fr/html/netart.htm>
<http://www.nettime.org>
<http://www.netzwissenschaft.de/biblio/neu02.htm>
<http://www.nunc.com>
<http://www.media.mit.edu>
http://www.olats.org/projetpart/artmedia/2002/mono_index.php
<http://www.praktica.net>
<http://www.webnetmuseum.org>
http://www.webnetmuseum.org/html/fr/expo_retr_fredforest/textes_critiques/textes_divers/note_de_synthese_fr.htm#text
http://www.webnetmuseum.org/html/fr/expo_retr_fredforest/textes_critiques/textes_divers/3manifest_esth_com_fr.htm#text

Glossaire *

- **Algorithme** : Description, étape par étape, d'une opération que l'on veut faire exécuter par un programme informatique.

- **Bite (Binary Digit)** : Chiffre binaire, 0 ou 1.

- **Bogue** : Défectuosité entravant le fonctionnement normal d'un ordinateur ou d'un logiciel. Le terme *bug*, qui signifie insecte en anglais, est attribué à Grace Hopper, une pionnière de l'informatique qui trouva une mite coincée entre deux contacts de relais, en cherchant la cause d'une panne de système.

- **Home Page** : Désigne simultanément la première page téléchargée par le navigateur et la page d'accueil principale du site Web.

- **HTML (Hyper Text Markup Language)** : Langage de balisage utilisé dans le World Wide Web afin de relier différentes pages d'informations à l'aide de renvois hypertextuels.

- **HTTP (HyperTexte Transfer Protocol)** : Protocole de communication utilisé pour les échanges de données entre clients et les serveurs www.

- **Hypertexte** : Système de lecture non séquentiel : chaque document contient des liens vers d'autres documents qui sont autant de suites logiques de la lecture.

- **Hypermédia** : Hyperdocument comportant des éléments multimédias (image fixe, son, vidéo).

- **Interfaces** : Dispositif logiciel ou matériel servant d'intermédiaire entre un ordinateur et un périphérique ou entre deux systèmes de nature différente et permettant les échanges d'informations entre ceux-ci.

- **Interface graphique** : Mode d'interaction entre un utilisateur et un ordinateur utilisant l'affichage graphique de fenêtre, d'icônes, de menus et d'un curseur lié aux mouvements d'une souris.
- **IRC** : Système autorisant la discussion (texte) en temps réel.
- **Modem** : Périphérique qui permet à un ordinateur de communiquer avec un autre ordinateur via une simple ligne téléphonique (ou ADSL, ou câble) à l'aide de la conversion des données numériques en données digitales et vice-versa.
- **Nœud** : Unité fondamentale d'information dans un hypertexte ou dans un hypermédia. Un nœud peut comporter plusieurs points d'origine et peut constituer la destination de plusieurs liens. Ces points d'origine sont en général les zones d'un texte ou d'une image, par exemple, dont l'activation conduit à un nœud.
- **Numérique (Digital)** : Système qui ne travaille que sur des représentations de données sous forme de nombres entiers. Ces nombres sont codés dans des groupements de bits.
- **Protocole** : Convention précisant des règles et des spécifications techniques à respecter dans le domaine des télécommunications afin d'assurer l'interopérabilité des systèmes.
- **Java** : Langage de programmation généraliste, similaires aux langages C, C++, Pascal, etc.
- **Web (World Wide Web)** : Réseau de documents graphiques hypermédia sur l'Internet interconnectés par des liens hypertextuels.

* *Glossaire réalisé à partir des définitions formulées par Jean-Paul Fourmentraux dans son ouvrage Art et Internet, par Arnaud Dufour dans Que sais je ? Internet, et le site Internet <http://www.comm.uqam.ca/~GRAM/frames/termA.htm>*

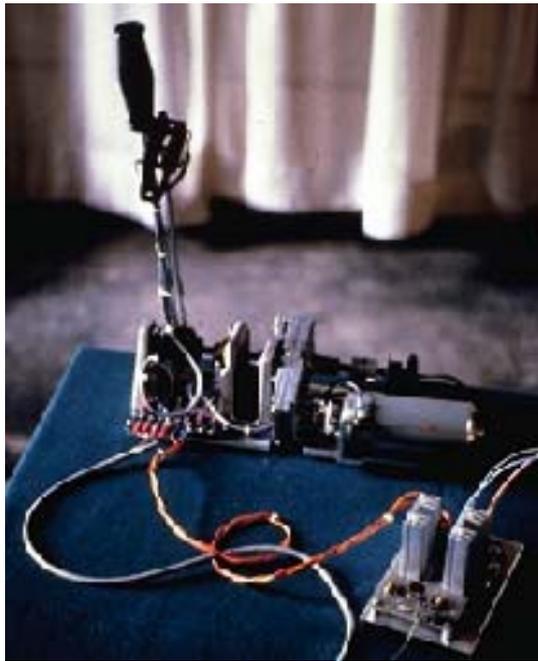


Fig. 1

N. White et D. Rokeby, *Tephonic Arm-Wrestling*, 1986
Installation télématique de la performance. Armedia II, Université de Salerne, Italie.



Fig. 2

Fred Forest, *Ici et Maintenant*, 1983.
Performance. Mercato S. Severino (Salerno), Italie.

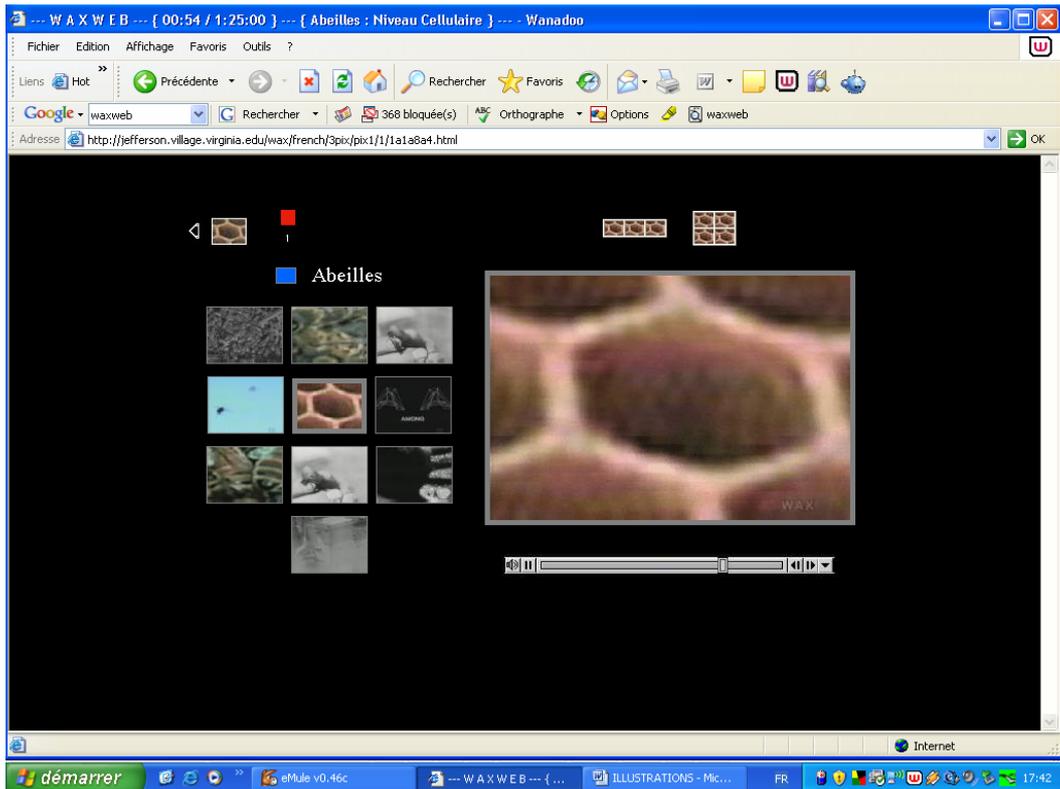


Fig. 3

© David Blair, Waxweb, 1993-1999.



Fig. 4

© Antoni Mutundas, *The File Room*, 1994.

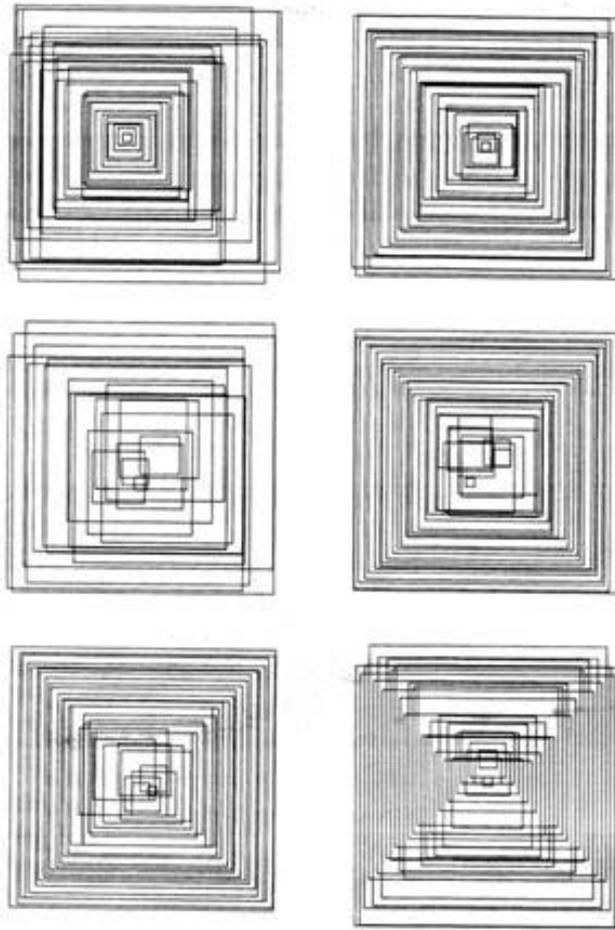


Fig. 5

**Vera Molnar, 30 carré non concentriques, 1974, support digital.
(6 variations)**

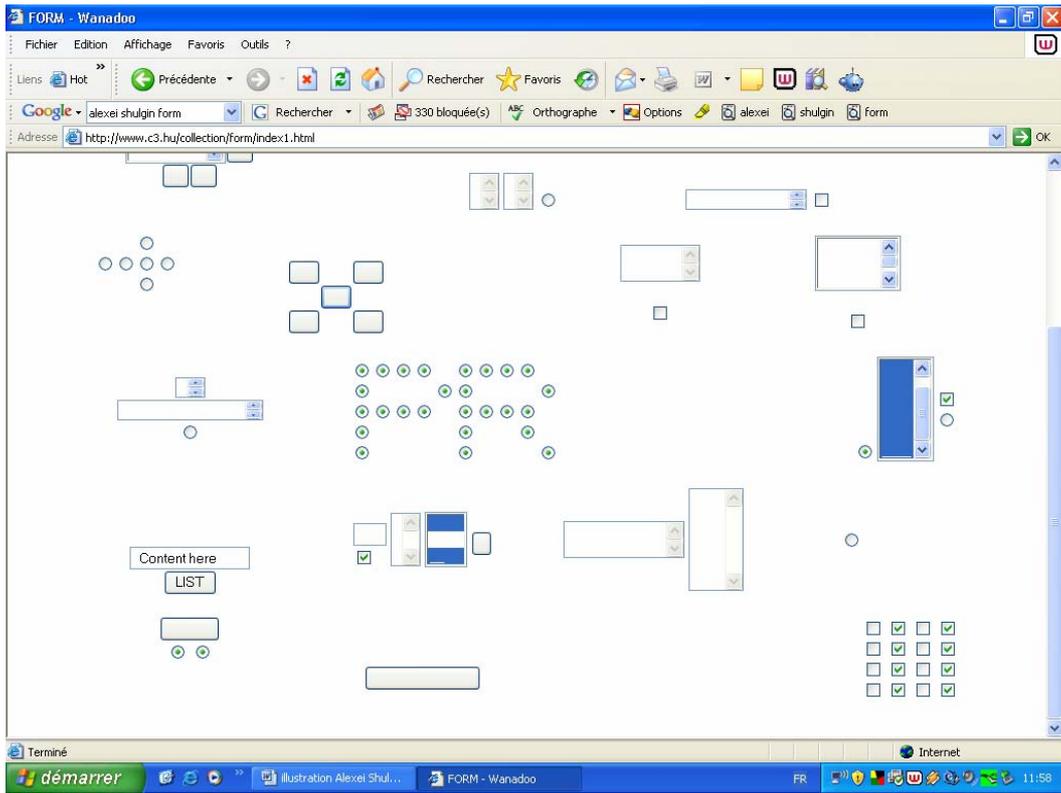


Fig.6

© Alexei Shulgin, *Form Art*, 1997 (page d'accueil).

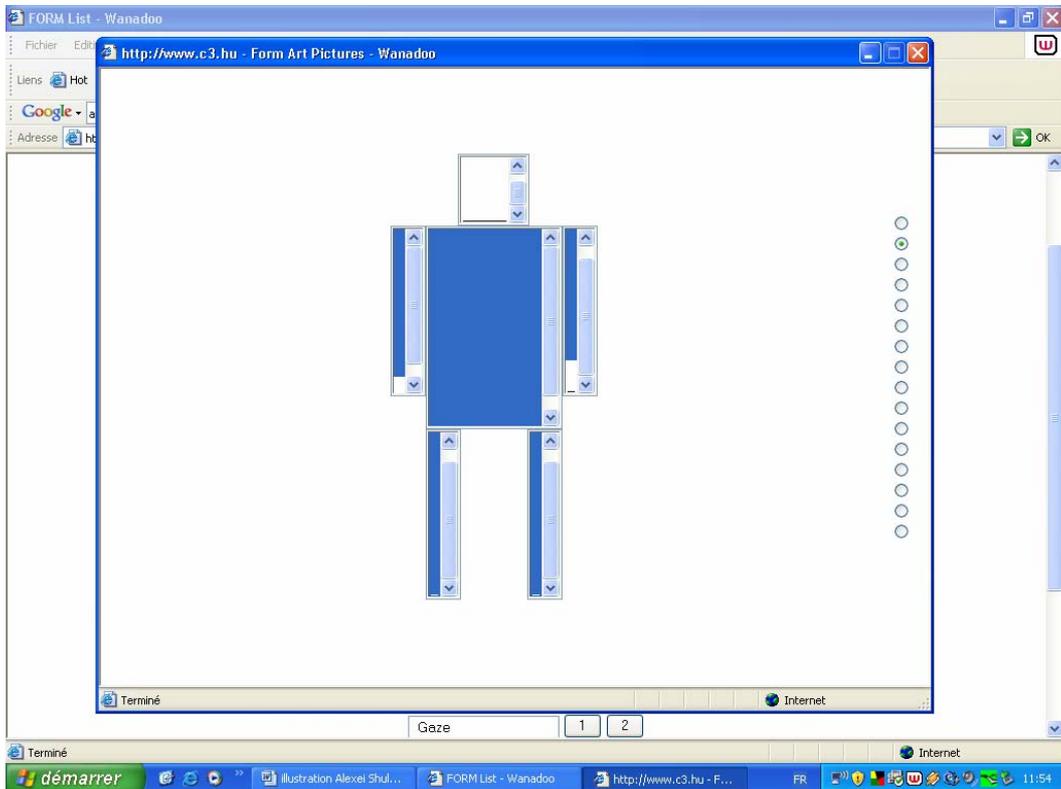


Fig.7

© Alexei Shulgin, *Form Art*, 1997.

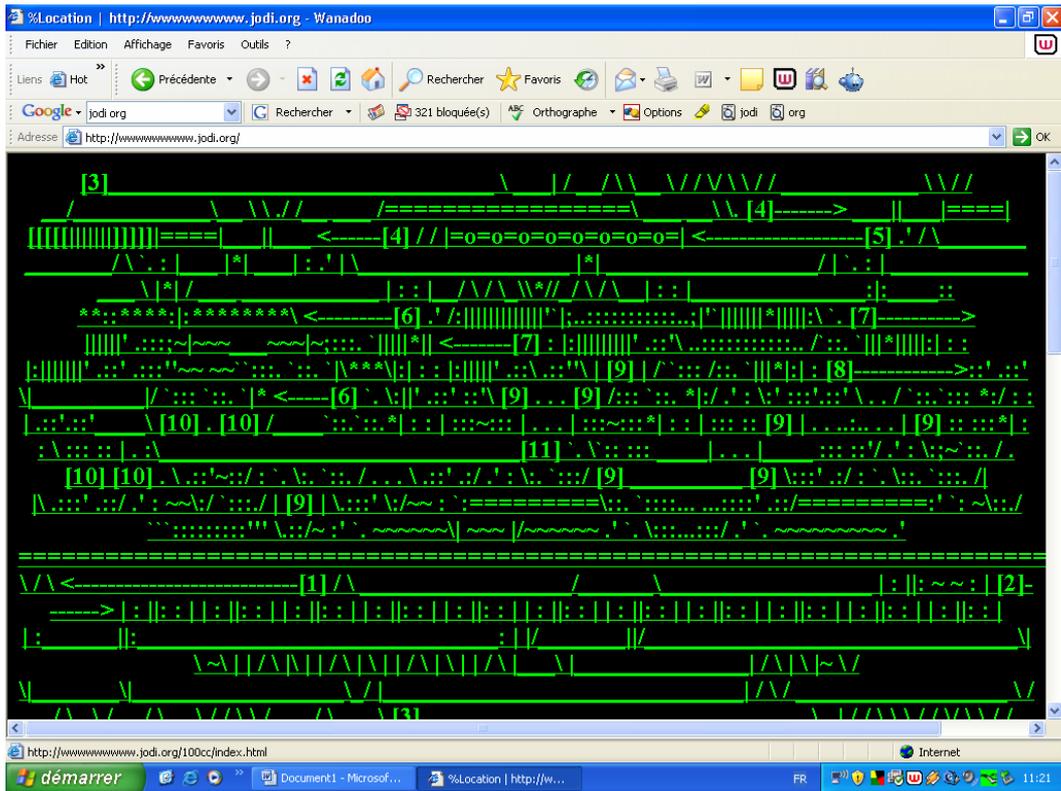


Fig. 8

© Jodi, wwwwww.jodi.org, 1995.

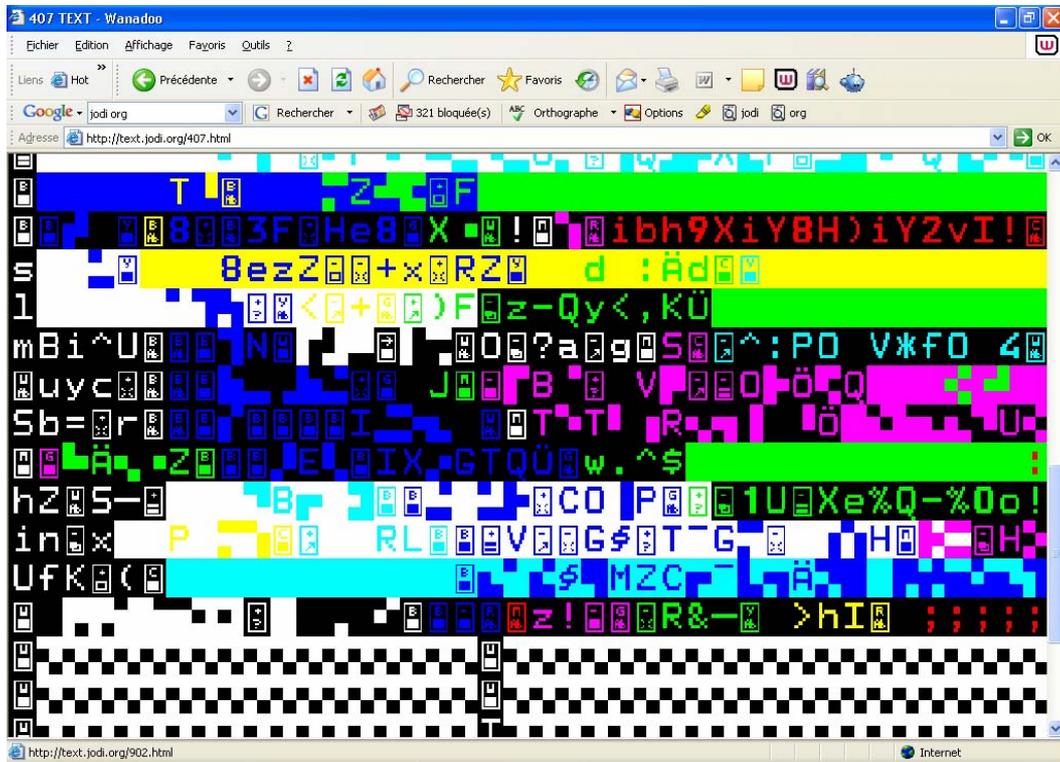


Fig. 9

© Jodi, text, 1995.

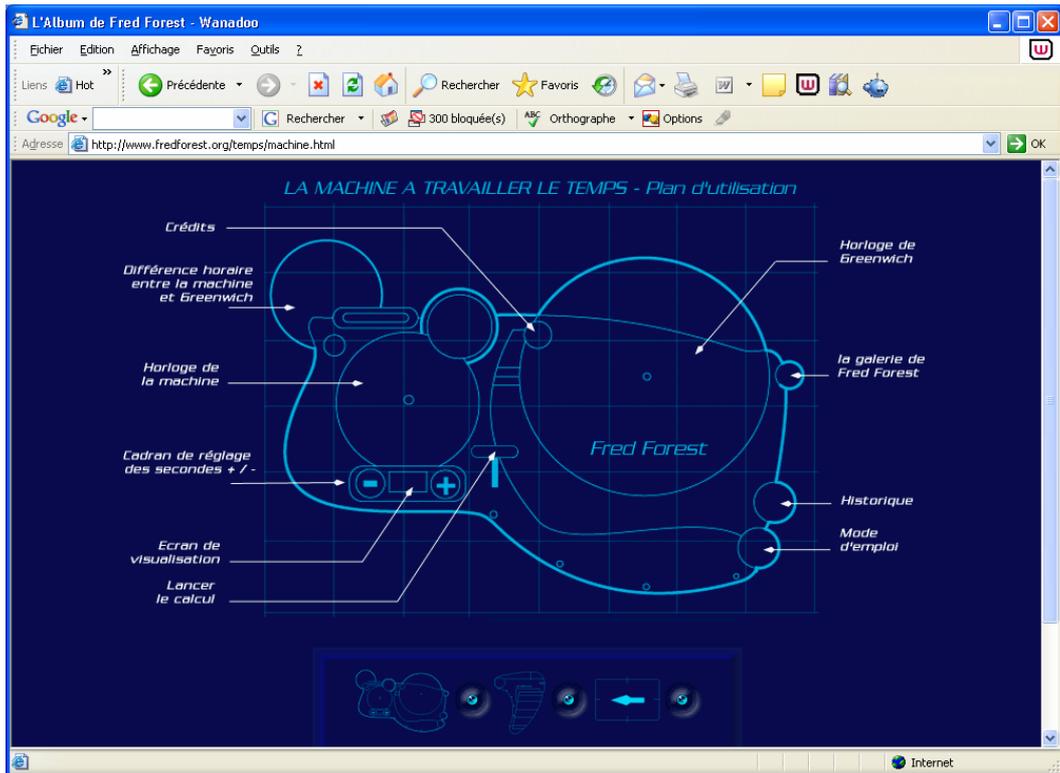


Fig.10

© Fred Forest, *La machine à remonter le temps*, 1997.

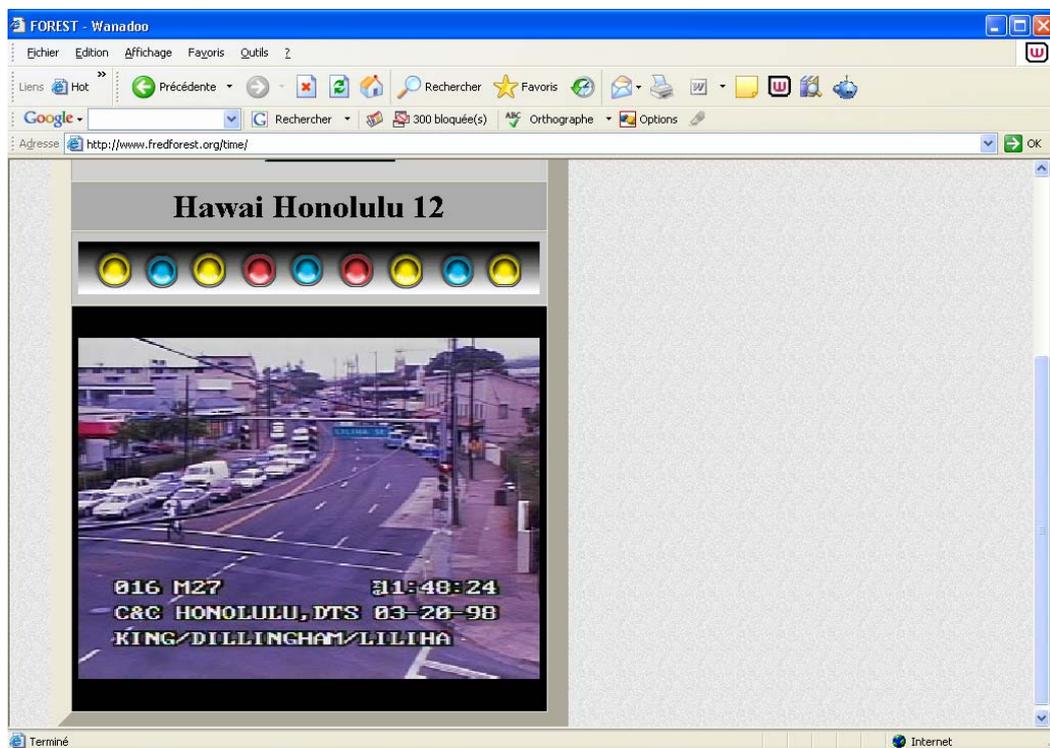


Fig.11

© Fred Forest, *J'arrête le temps*, 1997.

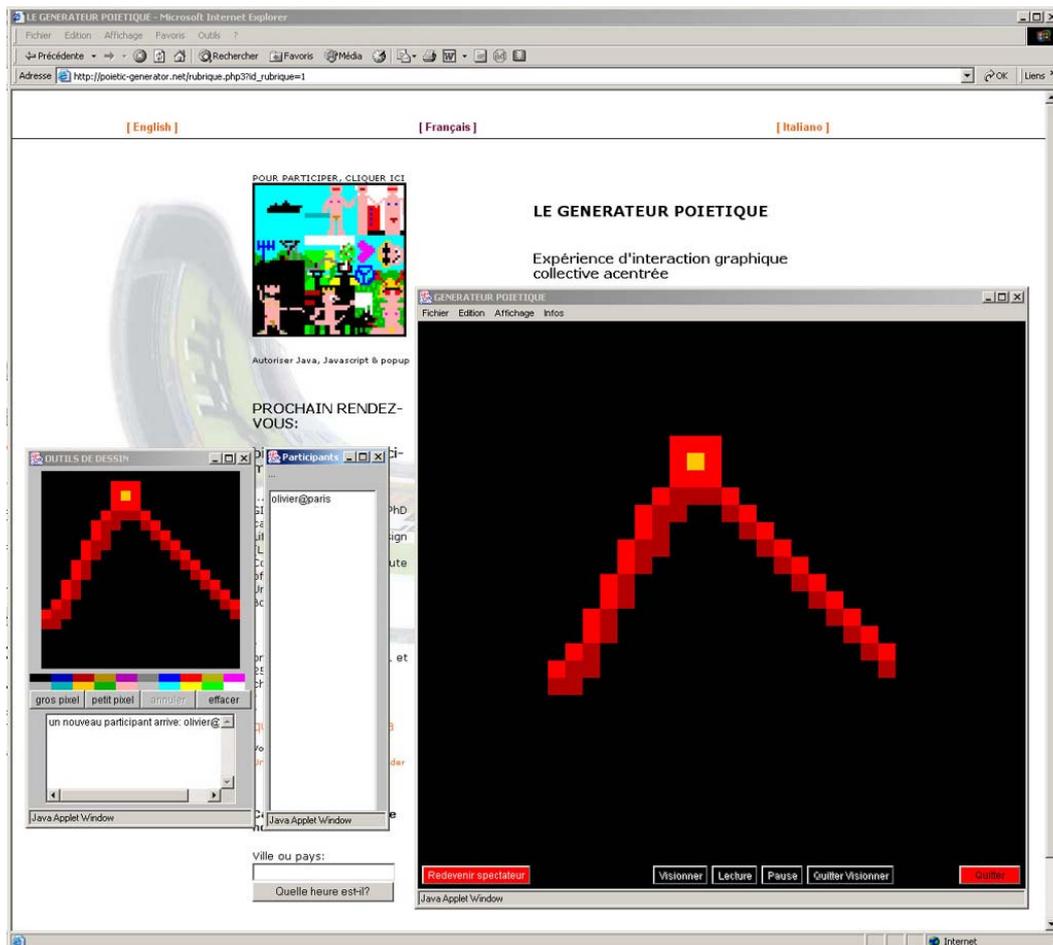


Fig.12

© Oliver Auber, *Le Générateur poétique*, 1986-2004.