



**Le nouvel espace de communication,
interface avec la culture
et la créativité artistique**

Don Foresta
Alain Mergier
Bernhard Serexhe

Septembre 1995

**Etude réalisée pour le
Conseil deEurope**

**Le nouvel Espace de Communication,
Interface avec
la Culture et la Créativité Artistique**

10 September 1995

Don Foresta
Alain Mergier
Bernhard Serexhe

Le Nouvel Espace de Communication, l'Interface avec la Culture et la Créativité Artistique

Introduction

Société de l'Information Vers un nouveau "Meilleur des Mondes" ?

En ce moment, nous assistons à l'installation rapide des systèmes complexes qui établiront les bases technologiques et commerciales d'une "Infrastructure Globale de l'Information". Assurément un formidable instrument au service de l'économie, ce nouvel espace interactif de communication sera également au centre d'une mutation radicale et globale de nos sociétés. Dans cette perspective, le constat de sa pure logique technique ainsi que l'actuelle prédominance d'un discours principalement économiste, risquent de prévaloir sur les intérêts supérieurs de la vie culturelle et le fonctionnement sociétal des peuples de l'Europe. Il découle de la responsabilité intransmissible du pouvoir public de protéger ces fonctions essentielles communautaires de toute atteinte possible et de promouvoir l'énorme potentiel des nouvelles technologies pour la vie culturelle et sociétale de l'ensemble de nos sociétés.

A. Tendances actuelles de monopolisation dans le futur marché Multimédia

L'observation des marchés financiers met en évidence des transactions très importantes dans tous les secteurs des industries culturelles. Déjà pour l'an 2000, des expertises économiques laissent prévoir un marché global de plusieurs mille milliards de dollars. Pour la première fois dans l'histoire de l'homme, le secteur culturel

qui par nature est exempt de toute recherche de matières premières, promet une rentabilité commerciale qui dépassera celle des industries traditionnelles.

Dans ce marché en développement exponentiel se disputent en une lutte sans merci les alliances stratégiques ainsi que les achats en masse qui sont au centre d'une rapide convergence des trois secteurs jusqu'alors distincts de l'audiovisuel, de l'informatique et des télécommunications. Déjà aujourd'hui se dessine un nombre très limité de groupes mondiaux se hâtant de faire valoir leurs vastes investissements par une demande pressante d'établissement des normes techniques, juridiques et commerciales adaptées à leur engagement dans ce futur marché mondial.

D'autre part on constate une tendance de la part de ces mêmes entreprises à bénéficier des divergences des droits nationaux pour constituer le plus vite possible des trusts encore plus puissants. Depuis longtemps, certains géants du complexe de l'information et de la communication se sont établis en tant que "global players", dominant largement l'activité de l'ensemble des concurrents plus faibles sur ce marché. Ce processus de concentration est favorisé d'une part par un vide du droit international, d'autre part par l'importance des investissements financiers.

Vue la libéralisation prochaine et l'homogénéisation probable du marché mondial, force est de constater que l'unique objectif de cet engagement de la part des industries culturelles est l'exploitation maximale de leurs produits audiovisuels et futurs services en réseaux. Les recommandations des principaux acteurs des industries culturelles de l'Europe, du Japon et des Etats-Unis au sommet G7 à Bruxelles en Février 1995 dénoncent clairement cet unique intérêt: parmi la demande d'une déréglementation accélérée des marchés et aux côtés des accords concernant certaines normes techniques, figurait le grand soucis de la confiance du public en cette société de l'information. Sans quoi, ils ont prévenu, que l'extraordinaire bénéfice de la révolution informatique ne se laisserait pas entièrement réaliser.

Dans ce contexte, il est intéressant de citer Gerald Levin, le président du plus puissant géant du multimédia, Time Warner, qui prétexte."que le consommateur n'a encore jamais su ce qu'il voulait, avant de connaître l'offre" de l'industrie...".

Promulgué par un discours essentiellement économiste, le résultat de cette croisade à dimension globale, sera cependant le bouleversement de toutes les normes sociales et éthiques, provoquant l'évolution rapide vers une nouvelle société, dès lors désignée sous l'appellation de "société de l'information".

Bien qu'à l'heure actuelle, personne ne puisse mesurer l'ampleur et l'impact des nouvelles technologies sur la vie culturelle et le fonctionnement sociétal, ni connaître la physionomie de cette société de l'information, en faisant croire à sa pure logique technique, les promesses liées à cette appellation illusoire nous dessinent les plus grands bénéfices: la création de dizaines de millions d'emplois jusqu'à l'an 2000, la disponibilité de l'outil éducatif le plus important, une société plus démocratique encore, la perspective d'un accès libre à toute information de tout un chacun en tant que consommateur et producteur. Est évoqué également l'avènement proche d'un meilleur standard de vie en premier lieu pour l'Europe, le Japon, les Etats-Unis et pour citer les recommandations des industries pour le sommet G7 à Bruxelles en février 1995 "les autres régions du monde".

B. Le projet de l'autoroute de l'information

L'étude des moyens de distribution, par lesquels ces bénéfices seraient transmis, révèle une multitude de voies, par exemple la transmission par câble, fibre optique ou satellites, qui se résument cependant toutes dans la conception d'un réseau global inter opérationnel à haut débit, appelé communément "autoroute de l'information".

Installées par les plus puissants partenaires de l'industrie des télécommunications, les infrastructures de ce nouvel espace interactif de communication serviraient ces mêmes investisseurs à rentabiliser leurs gigantesques investissements. Dès lors, ils joueront les rôles de producteurs et de distributeurs d'informations, d'exploitants, à une échelle globale, d'une multitude de nouveaux produits et services communément regroupés sous le terme vague de multimédia: le télétravail, la vidéo à la demande, l'achat télématique, le courrier électronique, l'accès aux services des administrations, voire le vote électronique.

Cette conception de l'autoroute de l'information, propose toutefois un accès universel et libre pour tout un chacun en tant que consommateur, qui doit disposer du bagage culturel ainsi que des moyens financiers pour acquérir le dispositif technique et pour utiliser les différents services proposés. Ces derniers seront à coup sûr payants et onéreux.

Il va sans dire que les applications essentielles prévues par les concepteurs et puissants acteurs de l'industrie, dépasseront largement les actuelles expériences plutôt libertaires de l'utilisation de l'Internet. Instrument fantastique d'un libre échange individualiste dans les domaines de la science et de la création artistique, l'Internet ne peut être considéré comme préfiguration du projet des autoroutes que dans un sens limité d'acceptation par un public spécialisé et de fonctionnement technique.

Face à une sensible évolution vers un marché oligopolistique, il importe cependant de distinguer le mythe du "cyberspace", vision d'un univers virtuel, cosmopolite et libéral, du projet industriel de l'"information superhighway", instrument puissant d'un marketing avancé de produits audiovisuels et de services payants. A l'encontre des prétentions démocratiques de la part des industries de l'information et de l'image, l'infocratie peut aussi avoir une tendance inhérente totalitaire. Dans le cas d'une monopolisation progressive, les nouvelles technologies peuvent aussi être l'instrument du pire des totalitarismes, celui du "meilleur des mondes" ou tout le monde sera content parce qu'instruit dans tout ce qu'il doit savoir pour être utile, inconscient de tout ce qu'il ne doit pas savoir et, enfin, divertit en permanence et à pleine volonté.

Avant de laisser le champ d'action au pure discours économiste, il nous revient donc d'aborder certaines interrogations majeures dans une approche plus précise associant la dynamique culturelle et les nouvelles espaces interactifs de communication en Europe.

C. Identités et expressions culturelles

En toute connaissance de cause, une considération juste de la réalité européenne se doit de respecter l'extraordinaire richesse culturelle européenne comme le produit d'une évolution historique ancrée et commune ainsi que de traditions régionales largement diversifiées. Le moment fondamental de cette culture étant son esprit

d'ouverture, il est hors de doute, que la culture européenne a largement profitée de la sélection, de l'interprétation et puis de l'assimilation d'évolutions culturelles extérieures et plus anciennes, qu'il est impossible, aujourd'hui de dissocier de sa propre identité. Généralement cette appropriation passait par des actes conquérants qui aboutissaient à la superposition, voire au refoulement d'autres cultures. Aussi en est-il que d'autres cultures ont évoluées grâce à un enrichissement intense à travers des valeurs culturelles européennes.

Conscient du caractère composite et fragile de son identité culturelle, l'Europe d'aujourd'hui se doit de montrer une responsabilité exemplaire envers son propre héritage culturel ainsi qu'envers sa vie culturelle contemporaine et future. Cette responsabilité est indissociable d'une plus grande sensibilité dans la rencontre avec d'autres cultures. Etant irrévocablement associée à un échange permanent avec l'évolution de toutes les autres cultures, la dynamique culturelle européenne ne pourrait se trouver que compromise par un protectionnisme mal placé.

D'autre part, confronté aux initiatives énormes engagées par les Etats-Unis et le Japon, nous constatons un soucis profond suscité à juste titre en ce qui concerne la conservation des identités et expressions culturelles en Europe. Attendant une vague de produits multimédia plus ou moins pauvres, confectionnés et homogénéisés pour une facile commercialisation sur un marché global, ce soucis anticipe la menace d'une profonde mutation du paysage médiatique européen qui, par l'instrument puissant des autoroutes de l'information, pourrait être submergé par un océan d'images, dont seule la minime partie est le fruit d'une approche artistique.

D. L'intérêt spécifique du patrimoine européen dans la création multimédia

Si aujourd'hui, dans le domaine du multimédia, on déplore le retard de l'Europe face au Etats-Unis et au Japon, l'interrogation principale ne doit pas seulement renvoyer au soucis de l'industrie européenne de ne pouvoir profiter du vaste potentiel du marché futur. Tandis que le secteur traditionnel de la culture est menacé, partout en Europe, de sensibles réductions budgétaires, on se hâte d'investir dans le secteur du multimédia, pour ainsi tenir tête aux

engagements économiques gigantesques pris par les Américains et les Japonais.

Par son énorme diversité et son extraordinaire richesse, le patrimoine européen constitue le trésor culturel principal qui est, à une échelle mondiale, au centre de l'intérêt spécifique de l'industrie multimédia. Le nouvel espace interactif de communication va élargir notre horizon: le prix de cette incroyable masse d'informations sans cesse renouvelée peut être une perte du contact direct et sensoriel entre nous et la réalité. Vu l'évolution rapide d'un marché global multimédia qui met de plus en plus en retrait les arts et médias traditionnels, les valeurs et contenus du patrimoine européen pourraient se trouver compromis par un nivellement au plus bas niveau. A long terme, le résultat de cette globalisation serait une perte irréversible de l'identité culturelle européenne.

Alors que la révolution de l'information s'accélère par l'ampleur des investissements financiers, seul une intensification de l'approche créative au niveau européen peut rééquilibrer une commercialisation totale du secteur culturel. Cependant, la participation créative de tous les acteurs culturels ne peut être initiée que par une politique culturelle dirigée en commun en Europe. Aussi l'industrie multimédia européenne, en acceptant une responsabilité plus large pour une création artistique multimédia digne de ce nom, ne pourrait que profiter de cet engagement sur son propre terrain.

E. Mobilisation des acteurs culturels en Europe

Il découle de la responsabilité intransmissible du pouvoir public qu'en laissant libre cours aux intérêts économiques des "global players" dans les secteurs de l'information et de la communication, il se trouve obligé pour la conservation de l'identité et l'expression culturelles de nos sociétés d'établir les normes pour une utilisation non seulement inoffensive, mais surtout bénéfique de ces technologies. Pour éviter un appauvrissement irréversible de la culture européenne, le contrôle des contenus et de leur communication ne peut pas être laissé à la seule volonté des acteurs industriels et commerciaux.

Loin d'accréditer un alarmisme européen, la garantie d'une meilleure promotion de l'énorme potentiel des nouvelles

technologies pour la vie culturelle et sociétale de l'ensemble de nos sociétés ne se trouvera que dans une concertation des politiques culturelles et économiques, englobant et respectant les diversités et richesses culturelles de toutes les sociétés de l'Europe et encourageant la participation créative de tous les acteurs culturels.

Cette mobilisation des ressources créatives pourra cependant se baser sur un nombre croissant d'initiatives dans le domaine artistique. Attendant des résultats particulièrement prometteurs de l'association des arts et des nouvelles technologies des centres de recherche et d'expérimentation artistique se sont formés, depuis longtemps, dans des écoles d'art partout en Europe. Depuis plusieurs années, nous assistons également à l'organisation d'expositions et à la naissance de grands festivals dans ce même domaine. Mis à part ces manifestations de caractère plutôt institutionnel et répondant à une acceptation des nouveaux médias de la part d'un public intéressé, nous constatons l'émergence d'un grand nombre d'initiatives culturelles "privées" dans le domaine des réseaux électroniques tel que l'Internet.

L'objectif visé par ces initiatives est l'étude des techniques particulières ainsi que la réalisation et la présentation de l'oeuvre d'art totale multimédia, la promotion des innovations ainsi que la critique d'un enthousiasme aveugle pour les nouvelles technologies dans le domaine de la communication. En vue d'une conservation et animation de l'identité et de la diversité culturelle européenne, c'est précisément dans cette direction que doivent aboutir les efforts concertés des politiques culturelles et économiques en Europe.

Le Nouvel Espace de Communication, l'Interface avec la Culture et la Créativité Artistique

Développement

Evolution d'une Interface Art - Technologie

A. Sortir du déterminisme technologique

Le développement des technologies de communication affecte directement ou indirectement un très grand nombre d'aspects de la vie de nos sociétés. Il existe de nombreuses façons d'aborder les problèmes liés à l'émergence de ces technologies consistant à étudier secteur par secteur l'impact des technologies de communication: technologies de communication et éducation, technologies de communication et liberté, technologies de communication et économie, technologies de communication et politique. Ces démarches sont soit axées sur l'impact des technologies sur les conditions de fonctionnement d'une pratique ou d'existence de la société, soit elles sont concentrées sur le contenu de la communication. Nous nous placerons dans une optique plus globale en essayant d'articuler les deux problématiques. En effet, il nous semble que la valeur sociale d'un contenu est intimement liée aux effets qu'engendrent socialement les modalités de sa communication. Pour autant, la notion d'impact, à laquelle il est couramment fait appel pour aborder ces problèmes, nous paraît impropre et dangereuse. Donnant l'idée d'une relation trop linéaire de cause à effet, cette notion est associée à une logique relevant du déterminisme technologique. Or il est, nous semble-t-il, d'une importance extrême de déjouer les effets de ce déterminisme comme de tout déterminisme (nous le verrons plus bas, un déterminisme

peut en cacher un autre). Il s'agit pour nous, de nous placer dans la perspective épistémologique de la complexité qui nous fera aborder les technologies de communication depuis la question des interactions entre des logiques techniques et des logiques sociales.

La question des rapports de la culture et des technologies de communication ne se laisse pas aborder simplement. Cette difficulté est liée à l'ambivalence même du terme de culture. Il n'est pas question ici de trancher entre les différentes acceptions de ce terme. Bien au contraire, en considérant ses différents sens, nous chercherons à les articuler de façon à éclairer la complexité sans la réduire à quelques-uns de ses aspects les plus évidents.

Nous pensons utile de proposer pour commencer un certain nombre de remarques portant sur les niveaux de ce que nous entendons par culture, les différences entre technique et technologie et les spécificités de la création artistique et de l'art appliqué dans le champ culturel.

B. Les deux sens du terme "culture"

Tout propos mettant en rapport les médias ou la communication et la culture pose inévitablement ce problème de définition, de différence entre Culture et culture. Pour mieux cerner leur sens, nous nous inspirerons des définitions données à "culture" par le dictionnaire Webster:

1. des structures mentales conditionnant les connaissances, les croyances et les comportements humains dont dépend la capacité de l'homme à apprendre et à transmettre son savoir aux générations suivantes.
2. les croyances usuelles, les formes d'organisation sociale et les traits de caractère essentiels d'un groupe racial, religieux ou social.

La première peut correspondre à Culture avec "C" majuscule, la seconde à culture avec "c" minuscule. La première concerne la connaissance et sa transmission; elle implique traditionnellement les arts et sciences. La seconde concerne les valeurs, comportements et codes gouvernant les relations et agissements humains. Les arts et sciences peuvent affecter le comportement d'un groupe, au point où le savoir influence leurs "croyances courantes". Il ne s'agit pas

seulement, dans la société, de relations personnelles d'un à un: la façon dont la définition 1 influence par son extension la définition 2, dépend du système de communication disponible et en usage, et du contenu de ses formes de communication.

Lorsque l'on parle, par exemple, de télévision culturelle c'est dans cette acception du terme culture "C" majuscule. Par contre, quand nous parlons de l'effet culturel de la télévision ou des technologies de communication, il peut s'agir du premier ou du second sens du mot culture.

Dans le second sens - culture, "c" minuscule - il s'agit, par exemple, de la façon dont la télévision ou les technologies de communication modifient les interactions entre les individus. Dans le premier sens, il s'agira, entre autres, de la façon dont la télévision (ou les technologies de communication) favorisent la connaissance artistique ou scientifique.

Les technologies de communication entretiennent des relations avec la culture aussi bien au premier sens qu'au second. Elles communiquent et, à travers des modes nouveaux comme l'interactivité et les organisations en réseau, elles modifient la communication des contenus culturels. Elles affectent les conditions générales des échanges humains et donc le fonctionnement culturel au sens anthropologique du terme. Il est capital de comprendre les types de relations qui peuvent se développer entre ces deux niveaux et les technologies de communication.

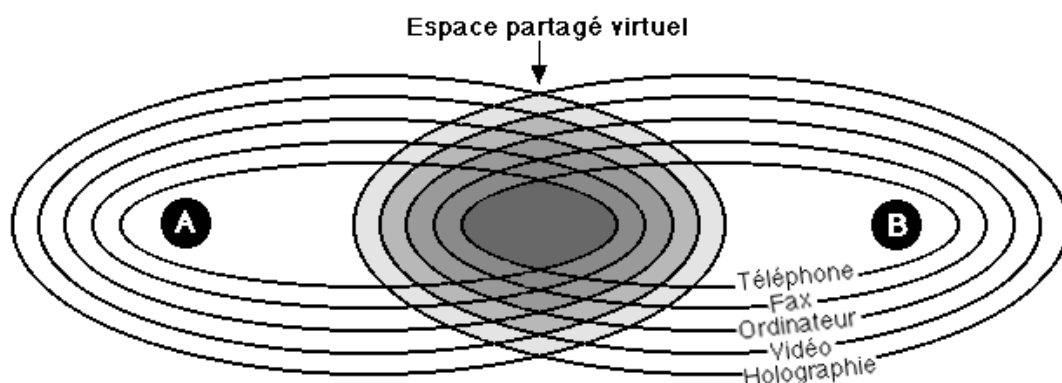
C. Deux formes technologiques de communication

Communication interactive

Toute forme de communication est basée sur le concept d'espace partagé. Dans des circonstances normales, nous partageons le même espace physique quand nous communiquons avec un interlocuteur, et créons de la sorte un système interactif et un processus cybernétique impliquant les deux locuteurs et leur mode de communication; ceci dans la plupart des cas d'utilisation de langages communs. Les technologies modernes des télécommunications tentent d'étendre par l'électronique cet espace partagé comme moyen le plus certain de garantir la "vérité" des

communications sur de longues distances en assumant l'élimination de la caractéristique physique de cet espace. Nous le vivons régulièrement avec le téléphone: nous partageons un espace sonore, où deux personnes peuvent converser comme si elles se tenaient au même endroit. Elles peuvent mutuellement s'interrompre et parler normalement car, en fin de compte, leurs voix et par conséquent leurs esprits partagent d'une façon ou d'une autre le même espace. Cet espace est interactif et virtuel car n'existant pas physiquement, mais aussi réel parce que la communication y fonctionne.

Imaginons ce même espace élargi par l'addition de nouvelles dimensions de communication. La plus commune est le fax qui ajoute l'échange de textes écrits, en temps réel ou plus généralement, différé. Les ordinateurs reliés entre eux par lignes téléphoniques et offrant les possibilités du partage d'écran ajoutent à la voix, l'échange instantané de texte et d'image, étendant à nouveau le champ de la communication directe. La vidéo communication, ou visiophonie, offre une présence active en temps réel à chaque correspondant dans un espace virtuel et interactif. Le schéma ci-dessous rajoute d'autres axes d'expérimentation qui accroîtront chaque fois plus les dimensions de ce nouvel espace de communication. Elles ne relèvent pas de la Science-fiction, mais de technologies existant au stade expérimental. Ceci, couplé au nombre croissant des banques de données en ligne, forme l'autoroute de l'information qui fascine tant la Presse d'aujourd'hui.



Accroître l'espace partagé de la communication à longue distance par l'usage des nouvelles technologies. A et B ne seront jamais physiquement dans le même espace, mais se rapprocheront l'un de l'autre par l'intermédiaire de représentations virtuelles.

Mass media - une "rue à sens unique"

Un autre aspect des communications est la communication de masse, usuellement assimilée à la radio et la télévision, qui diffère par sa fonction des télécommunications dans le sens où elle assure une distribution, une diffusion à sens unique en général. Les communications de masse ou les médias, qui peuvent inclure le cinéma, ont pris une part majeure dans notre environnement visuel contemporain: elles occupent une partie importante de l'espace personnel de communication, son interface avec le monde externe, mais ne permettent aucune forme de participation en retour.

La puissance de la télévision est liée au fait qu'elle pénètre chaque jour dans l'espace personnel du spectateur. Elle le partage et crée ainsi l'impression d'un contact intime. Les personnes qui apparaissent couramment à la télévision deviennent pratiquement membres de la famille pour ceux des spectateurs qui acceptent le médium avec naïve ouverture. Ce crédit accordé à l'intimité artificielle et la marque de nombreux programmes télévisés d'aujourd'hui où les présentateurs jouent consciemment ou non sur l'impression de partage d'espace. Celui-ci est totalement illusoire du fait du manque de contact réciproque, donc d'échange et d'interactivité. Pourtant, l'impression persiste fortement. La même erreur d'interprétation commence à nouveau aujourd'hui à concerner les réseaux de communication. Le mot à la mode le décrivant est "cyber", de cybernétique, signifiant interactif. Internet est un outil de communication extrêmement important, mais très pauvre en interactivité réelle. La plupart des actions sont en différé et le niveau courant d'interactivité réelle se limite à l'échange de textes et à de grossières tentatives de vidéo en temps réel. Dans les divers "cyber-café" qui ouvrent un peu partout dans le monde, l'usage du réseau de communication se réduit à une consommation - consultation - passive, au grand regret des publics non informés. Ceci, bien sûr est appelé à changer et changera; mais en qualifiant tout ce qui peut se produire sur un réseau de "cyber", les médias, l'industrie et le public en général corrompent le concept original et central du terme, sans doute avec un objectif commercial.

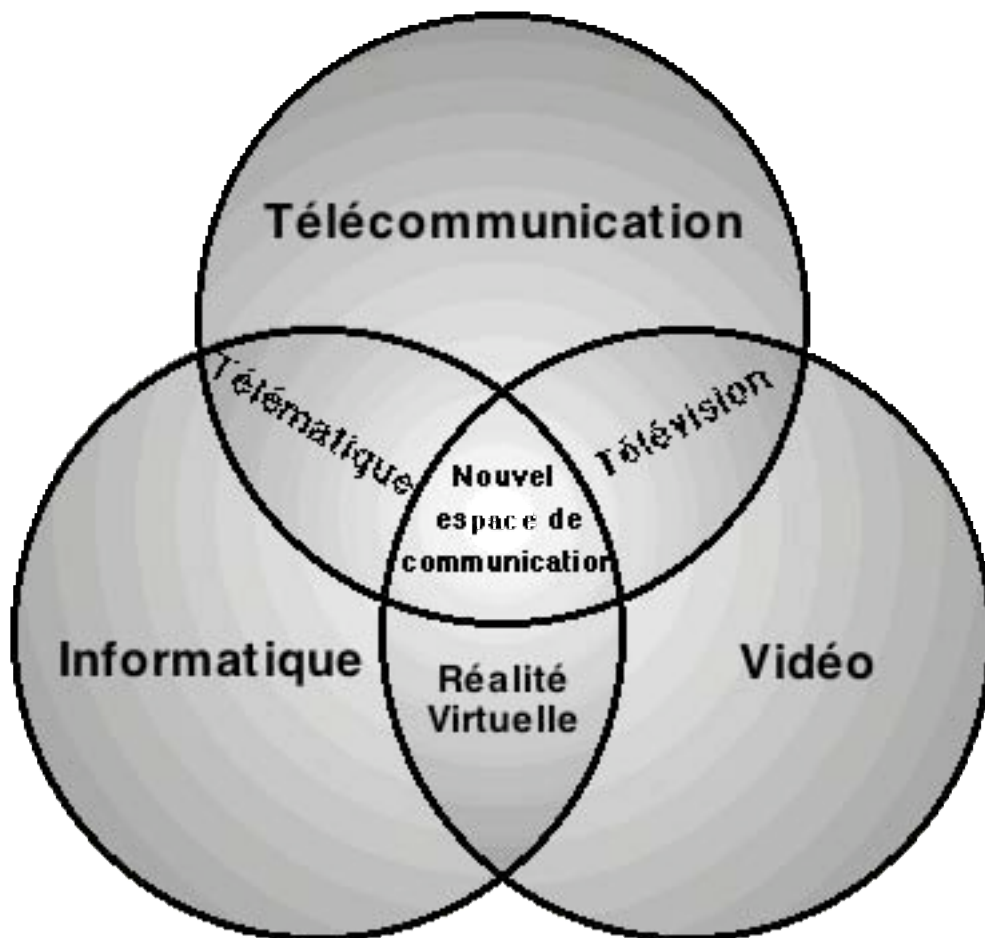
Interactivité signifie un individu communicant avec un autre. Pour l'industrie et, en général, pour le secteur des nouvelles technologies, l'interactivité s'entend comme communication entre l'homme et la machine. La télévision interactive, les CD-ROM et les jeux vidéo

offrent une interactivité réduite à certains processus programmés et prédéterminés; et non un réel contact entre personnes. Cette fausse interactivité ne fera qu'accroître la frustration d'un public demandeur de réels échanges. Ce type d'interactivité et tout ce qu'elle recouvre, seront éphémères et poseront des problèmes de communication au sein de notre société, c'est à dire des problèmes d'expression personnelle et d'évolution d'identification individuelle. Les technologies de communication dans ces cas peuvent accroître l'aliénation des individus au lieu de les aider à la surmonter.

La plupart des discussions concernant aujourd'hui les autoroutes de l'information, le cyber-espace et la société d'information écartent ces effets et traitent plus de l'évolution de la technologie ou des bénéfices commerciaux dérivés. Il existe bien quelques débats sur le potentiel éducatif des autoroutes de l'information, mais le même genre d'arguments furent utilisés au début de la télévision pour la faire accepter du public. Il est évident que, dans le monde entier, l'usage effectif de la télévision à fins éducatives est infime. Il est régulièrement fait allusion au fait que la culture bénéficiera de la révolution des nouvelles technologies de communication, mais son contenu n'est, le plus souvent, jamais défini.

Avec l'expansion du potentiel des télécommunications et de son éventuelle fusion avec les médias, nous assistons à la création d'un nouvel espace qui va inévitablement gagner en importance et occuper plus que l'espace personnel de chaque citoyen, d'abord dans le monde développé, puis probablement dans la planète entière. Que cet espace devienne important sur le plan éducatif et culturel est fortement probable. Comment cela fonctionnera-t-il, quel en sera le contenu culturel, comment une personne moyenne y interagira ? Tout ceci est loin d'être déterminé et doit faire l'objet de notre questionnement actuel. Le nouvel espace de communication changera notre façon de communiquer avec autrui, notre perception du monde qui nous entoure et la façon dont nous nous relierons les uns aux autres.

Techniquement, le nouvel espace de communication peut être imaginé comme une synthèse entre trois technologies courantes et largement définies: communications, informatique et vidéo. Communications et vidéo donne télévision; communications et informatique donne télématique; et informatique et vidéo fusionnent dans ce qui s'appelle maintenant réalité virtuelle. De ces trois résultantes émergera probablement un nouvel espace des communications dont les spécificités restent à définir.



D. Internet comme préfiguration

Cas spécial au sein du nouvel espace de communication, Internet peut être considéré comme un prototype. Il s'agit d'un réseau de télécommunication datant d'une trentaine d'années, mis en place par la communauté académique américaine et européenne pour favoriser les échanges scientifiques. Il fut développé avec l'aide des autorités militaires américaines qui avait d'évidentes raisons d'aider au développement d'un intensif travail en réseau dans le domaine

de la physique nucléaire. Le système en lui-même suggérait déjà et fournissait une alternative pour une structure de commandement militaire dans la perspective d'une guerre. Ceci, en soit, confirma avec force le potentiel des capacités d'organisation du travail en réseau.

Techniquement parlant, Internet est un réseau télématique, une interface entre ordinateurs et technologies de communication fonctionnant par une combinaison de courrier électronique et d'accumulation de données consultables. Il s'agit d'un réseau ouvert, économique, permettant des échanges intenses d'information, première importante étape d'un système interactif de communication mondiale qui deviendra probablement le plus puissant mécanisme d'échange jamais inventé. Au stade actuel, très peu d'actions sur Internet sont directement interactives. Cette situation change rapidement: un Internet élargi, avec plus de 30 millions d'utilisateurs dans le monde, devient une partie prépondérante du nouvel espace de communication, en particulier avec l'adjonction de la technologie vidéo-visiophonie qui fournit la transmission d'images animées en temps réel. Comme première étape déterminante en direction du nouvel espace de communication, Internet mérite d'être examiné plus précisément.

Une fois son objectif purement scientifique dépassé et son accessibilité généralisée, Internet a gagné en envergure et perdu en structuration. La masse des contacts possibles, l'accablante quantité d'informations disponibles et le manque d'interactivité ont empêché Internet de devenir à ce jour un format institutionnel viable. Alors que de fréquentes tentatives d'utiliser Internet comme extension d'autres activités humaines ont été menées, les résultats n'ont généralement été que de pâles possibilités du contenu réel de ces activités. Les lacunes d'Internet en possibilités de communication rend ce réseau inapte refléter l'être humain pris dans sa globalité, profond, nuancé et réel. La majeure partie des communications de l'identité et de ses contenus est superficielle, unidimensionnelle et artificielle. Aujourd'hui, le réseau est plus une collection d'individus s'adressant au monde au sens large, qu'un processus participatif à des activités orientées vers des projets interactifs. Si du point de vue de l'information, il y a bien communication, il règne également un degré important d'anarchie qui satisfait de nombreux utilisateurs y voyant une expression de la liberté créatrice et de licence artistique.

Les réseaux comportent bien quelques éléments prototypiques d'organisation mais l'absence de procédures sociales l'empêche d'être un véritable espace social. Trouver 300 messages à son adresse au retour d'une courte absence, la plupart non désirés, n'est pas un phénomène utile du point de vue de l'organisation. Tout ceci est en train de changer: les nécessaires protocoles, procédés et formats sont déterminés et élaborés par l'usage, à partir du potentiel du réseau, afin de trouver des utilisations qui répondent à des besoins définis et réels. Le réseau devra être, à terme, capable d'assumer son rôle d'organisateur. Pour cette raison, il doit être ouvert à la plus grande variété d'expérimentations: il doit pouvoir ainsi fonctionner à son potentiel maximum, répondant au spectre entier des activités humaines. De cette façon seulement, des besoins véritables seront identifiés et une communication réellement approfondie, encouragée, dépassant la simple satisfaction d'être "connecté".

Le potentiel commercial du réseau a déjà été reconnu et fait appel à une réponse massive dans le monde développé, comme l'atteste l'émergence et l'évolution de sociétés, espérant trouver leur place dans l'énorme marché qui commence à s'ouvrir. Bien sûr, fournir des accès Internet, aux services en ligne, aux informations des banques de données, est des plus important pour la future expansion du réseau ainsi que suffisamment rémunérateur pour encourager les développements à venir; mais cela se situe toujours plus ou moins dans le domaine de la consommation, moins passive que dans le cas de la télévision, bien que l'individu soit toujours utilisateur et acheteur de services. Dans ce sens, le réseau continue à fournir une "pâturage de données" à l'individu plutôt que de l'aider à façonner son identité et sa présence culturelle.

Un autre parallèle existe avec la télévision: de nombreux futurs acteurs étudient le réseau comme étant un support publicitaire. Le réseau deviendrait une autoroute d'amas confus de panneaux d'affichage, agissant selon une mentalité d'audience de masse et écartant toute réelle valeur de l'espace de communication pour céder la place à la promotion commerciale. Nous nous retrouverons dans la même situation que celle de la télévision où le financement publicitaire dicte le contenu des programmes. Le désir d'une rentabilisation économique à court terme pourrait déformer à jamais cet espace.

Extrait de l'International Herald Tribune, 19 juillet 1995, page 11:

.... Reebok International Ltd., par exemple, possède un site Web qui dresse le portrait des vainqueurs de son prix annuel des Droits de l'Homme. Il existe également une section nommée "Sole Differences" (Exclusif) qui liste les offres de volontariat sur tout le territoire des USA.

"Ce qu'ils font, ce n'est pas vendre des chaussures mais un concept, un style de vie, un petit peu de culture à contre-courant. Vous envoyez un texte passionnant pour le bulletin Reebok, au sujet d'une expérience vécue dans les montagnes. Vous indiquez que vous portiez des Reebok. Et peut-être est-ce vrai ou peut-être ce ne l'est pas. Le client ne fait pas attention à qui sponsorise ça."

De nombreux éditeurs ne sont pas d'accord, et soutiennent que le client veut une information indépendante et non promotionnelle. Ces éditeurs disent que le matériau dont disposent les sponsors-annonceurs est équivalent aux "pub-info" des magazines et que le client fait la différence.

Au lieu de permettre ce glissement vers la consommation, Internet nous offre un excellent espace expérimental pour tester les idées qui permettront à cette nouvelle forme d'interactivité de trouver son potentiel propre et devenir un véritable outil, dans le long terme, de l'évolution culturelle européenne. Différentes formes de coopération entre l'industrie, les arts et sciences, et le public peuvent et doivent être trouvées pour favoriser la quantité maximale d'innovations techniques et d'inventions culturelles. Il s'agit de recherche et développement au plus haut niveau puisque nous parlons non seulement de la technologie et du commerce, mais aussi de leur interaction avec la culture au sens le plus large. Il s'agit de l'avenir de notre relation au savoir de notre temps, de notre manière de comprendre et d'apprendre, de la relation de chacun pris individuellement ou comme membre du corps social - "commercer" socialement parlant, et de notre relation avec l'avenir de la créativité artistique et avec les modèles comportementaux et les multiples identités qui feront partie du futur espace de l'identité européenne. En bref, il s'agit du devenir d'une part importante de ce que seront les institutions européennes de demain.

Définir le nouvel espace de communication

Dans le but de définir ce nouvel espace de communication, de la manière la plus responsable envers la société et ses membres, il est important d'y réfléchir selon les spécifications suivantes.

Cet espace doit être:

1. facilement accessible;

techniquement - non limité à des spécialistes, un club fermé d'initiés, qui mystifie le grand public à travers l'idée d'une prétendue "magie technologique",

financièrement - non uniquement limité à ceux qui peuvent payer, ou à des systèmes distordus où les plus riches multinationales paient moins que les institutions éducatives ou culturelles du fait du poids de leurs affaires,

intellectuellement - non limité à quelques privilégiés pour lesquels l'information devient un service accessible en fonction de l'appartenance sociale.

2. véritablement interactif (sans intermédiaire politique ou économique);

entre individus,

entre individus et groupes,

entre groupes,

entre individus et institutions,

entre institutions.

3. véritablement diversifié; éviter de réduire tous les modèles culturels et comportementaux à quelques stéréotypes sociaux, culturels et politiques, répondant à d'autres impératifs politiques ou économiques.

4. lié à la culture contemporaine et non à un de ses substituts; permettre l'émergence de nouvelles formes par la rencontre entre culture contemporaine et nouvel espace. A éviter; le processus de déformation des cultures traditionnelles ou contemporaines pour leur mise en adéquation à ce nouvel espace. La création artistique avec ces nouveaux outils doit être encouragée pour permettre à ce nouvel espace d'être défini par la créativité, afin de découvrir la spécificité de son langage et l'étendu de son potentiel de communication.

5. être pertinent vis à vis de l'éducation et lui être accessible; à nouveau, la recherche est nécessaire pour trouver comment

appliquer cet outil à l'éducation, non seulement comme un accès à l'information, mais comme une série de connexions interactives internationales, permettant le développement de la culture selon le point de vue de l'individu, qui définit et nourrit sa propre culture de la masse en expansion des informations et contacts qui l'entourent. Le nouvel espace n'est pas une extension de la salle de classe mais un espace différent dont la vocation éducative reste à cerner et développer par l'expérimentation. Une partie de ce défi consistera à ne pas confondre amusement et éducation, à assurer la profondeur intellectuelle nécessaire, et à éviter de créer un terrain de jeu multimedia supplémentaire.

6. expérimental; ouvert à de nouveaux concepts, idées, procédés, processus et usages déterminés par leur utilité culturelle, sociale ou politique, et plus uniquement par leur rentabilité commerciales. Le mot d'ordre étant à nouveau, profondeur d'esprit.

E. La communication, la culture et l'individu

De même que l'homme a trouvé, pour agir et survivre, une signification à ce que ses sens perçoivent, il crée par la communication, d'autres concepts grâce auxquels il peut vivre avec ses semblables. Chaque société se renouvelle constamment par la communication en donnant continuellement une nouvelle définition de la réalité collective, sa culture.

Nous avons déjà abordé la communication sous forme d'espace partagé et l'extension de ce dernier par la technologie. Nous avons aussi discuté de la création du nouvel espace de communication par l'intermédiaire des technologies vidéo, informatiques et des télécommunications. Nous avons décrit la culture comme la propriété individuelle, propre à chacun d'entre nous, d'un espace individuel que nous habitons et qui est composé de l'ensemble de notre expérience, de notre apprentissage éducatif, etc... Nous devons maintenant envisager l'interface entre l'espace culturel individuel et les techniques de communication de groupe, pour définir le processus d'acculturation de l'individu et le retour aux groupes qui caractérise l'évolution culturelle. La culture est mémoire, mémoire collective, dépendant de la communication pour sa création, son développement, sa progression et sa préservation.

Un modèle de groupe et de sa culture peut être imaginé en traçant des lignes connectant chaque membre à tous les autres. Ces lignes sont les chemins de communication empruntés par la culture de groupe, les croyances collectives, coutumes, attitudes... En décrivant le changement de point de vue des sciences naturelles de ce siècle, le physicien Werner Heisenberg propose l'idée suivante: "...on a maintenant divisé le monde non pas en différents groupes d'objets, mais en des groupes de connexions". Ces lignes représentent à la fois les "pipelines" de la culture aussi bien que son contenu.

La culture est le moyen par lequel chacun de nous crée sa propre identification vis à vis du groupe. Elle est aussi notre moyen de participer au groupe. Ce n'est pas contradictoire, mais parfaitement complémentaire. Nous dessinons à partir du groupe ces propositions de définitions, qui correspondent à notre propre développement; par l'intermédiaire de ce processus, l'individu les modifie et, en retour, les renvoie au groupe sous une forme altérée. De cette façon, nous continuons le processus d'individualisation, créant notre propre identité, reflétant les valeurs et les goûts du groupe, puis modifiant quelque peu le groupe par la transmission en retour de notre version. Il s'agit de la dynamique culturelle qui existe entre l'individu et son groupe.

Souvent, au cours de son histoire, la société humaine a confondu le contenant - le pipeline - avec son contenu. Le mode de communication devient plus important que ce qu'il contient. Les coutumes, les institutions, toutes formes de mobilisation sociales perdent leur sens, leur valeurs d'orientation, mais conservent leur forme. Inévitablement, la formulation de n'importe quel message influencera la perception que nous en aurons et il y a une relation inévitable entre forme et contenu. Les problèmes surgissent quand la forme prédomine sur le contenu, ou pire, quand le contenu est assujéti à la forme, pour des raisons n'ayant rien à voir avec son objectif social. Nous le voyons d'ailleurs de nos jours à la télévision, notre forme de communication sociale la plus puissante: ses objectifs ont été transformés pour permettre l'enrichissement mercantile et privé de l'individu.

La présence fréquente d'une personne prône cette personne comme modèle culturel. Une star des média n'existe que grâce à ses fréquentes apparitions, son impresario essayant à tout prix de provoquer son apparition. De cette façon, même les criminels

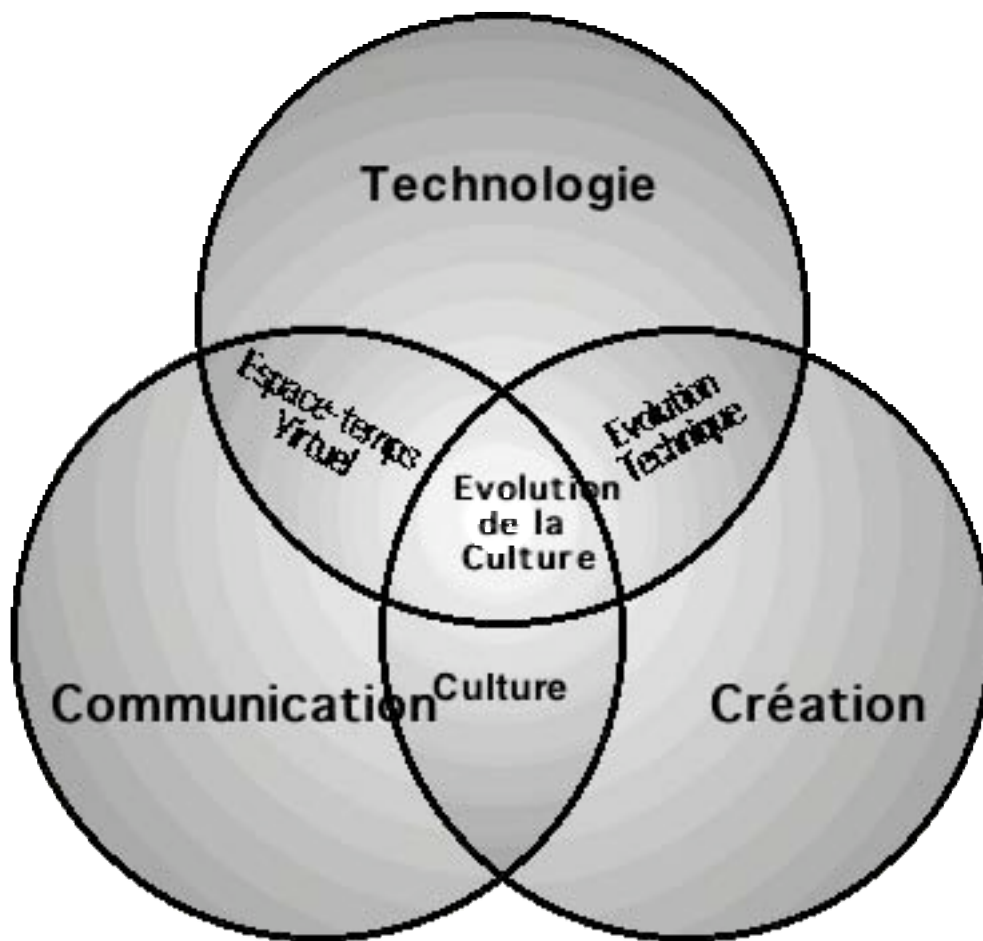
deviennent des personnalités importantes par cette transformation médiatique. Cette familiarité produit un status social, "une valeur sur le marché". Ce que font ces stars, ce qu'elles sont réellement, importe peu aux programmeurs des médias. Le public, lui, le sait. Puisque ces personnes sont "récompensées" par les médias, elles deviennent les modèles de réussite. Si une star des médias, un sportif vedette par exemple, adulé du public, commet un crime, c'est la criminalité qui est communiquée. L'identité conférée par les médias est ce qui compte avant tout, mais les valeurs qu'impliquent cette identité font aussi partie de l'ensemble.

A maints égards, nous assistons déjà à la naissance d'une culture mondiale. Nous vivons, chez nous, entourés de cultures venues du monde entier, grâce aux films, à la télévision, à la radio, aux disques et aux bandes audio ou vidéo. A nulle autre époque, nous n'avons disposé d'une telle quantité de richesses. Par la communication, nous élargissons notre vue du monde en invitant d'autres modèles de la réalité à y figurer, changeant subtilement les nôtres. Les artistes, essentiellement ceux qui travaillent avec les médias, ont plus conscience du sens de ces changements que la plus part d'entre nous. Ils s'internationalisent de plus en plus, en sorte qu'ils adoptent une vision planétaire de l'humanité, et perçoivent comme norme les échanges culturels réciproques par le biais des techniques de communication. La communication, comme nous l'avons vu, a toujours défini notre paradigme socio-politique et donc nos institutions. La technologie étend cette interaction à des populations de plus en plus larges, et nous assistons à la création sous nos yeux d'organismes à l'échelle planétaire.

Auparavant, la proximité permettant au ferment de l'évolution culturelle d'exister, était limitée géographiquement, allant des villages aux villes, pour gagner les régions, les nations puis les continents, à mesure que les systèmes de communication progressaient. L'espace intellectuel partagé de la communication n'a plus besoin de se limiter à un espace partagé physiquement.

Le fonctionnement du nouvel espace de communication comme nouveau schéma opérationnel implique l'existence de trois zones interactives: l'évolution technique de la société, le monde de la création culturelle et artistique, et le concept de communication entre individus.

Entre technologie et création, apparaît l'évolution des outils sociaux en relation directe avec les besoins des utilisateurs. Entre création et communication, apparaît la culture, prise au sens de l'ensemble des représentations que l'homme se crée de lui-même et de ses relations avec son environnement à un moment donné. La rencontre entre technologie et communication crée un nouvel espace-temps, virtuel et partagé tel que nous l'avons expliqué, dans lequel nous serons appelés de plus en plus à vivre et travailler. L'évolution de ces outils appliqués à la culture dans le nouvel espace-temps des communications, nous conduit à l'intégration sociale des nouvelles technologies, des nouveaux langages et symboles, bref de la culture contemporaine à venir.



Les systèmes de communication ne forment pas un langage en eux-mêmes. Ils contiennent des paramètres techniques qui influencent la forme des langages inventés, mais un langage ne se développe qu'au travers de l'usage réel qu'en font les êtres humains pour exprimer de réels besoins. A mesure que nous construisons le nouvel espace de communication et que nous commençons à les utiliser régulièrement partout dans le monde, nous devons veiller de près à la forme et au contenu que prendra la communication car elle se développera sous forme d'un langage global qui deviendra notre bien commun. Le contenu dictera la forme et celle-ci influencera la perception du contenu, telle une autre spirale en expansion de sophistication croissante. Si le contenu n'est pas intellectuellement substantiel, la forme ne sera jamais qu'un pâle reflet de son potentiel. Le langage restera simpliste et incapable de communiquer intelligemment la subtilité de la pensée humaine. C'est à cela que doit veiller la société avec vigilance. C'est là que le glissement s'opère, quand civilisation et culture commencent à décliner et à disparaître. L'éducation, pris au sens institutionnel, n'est pas suffisante pour contrer le risque de dérive vers le barbarisme que cela peut représenter. La responsabilité de la société dans son ensemble est engagée, et tous ses secteurs doivent prendre conscience de leur rôle dans cette perspective.

La télévision - résultat de la voracité des puissances économiques - a presque réduit au néant le plus complet des médias de la communication humaine, avec peu de contenu intellectuel, sans aucun lien avec de véritables et donc complexes situations humaines, et sans aucun engagement apparent. La fierté du travail bien fait a disparu. Tout ce qu'il en reste est un pâle ramassis d'images aseptisées et homogènes, sans personnalité, sans engagement, des programmes-formules à bas prix et sans valeur, répétant les mêmes clichés à un public de plus en plus anesthésié par leur stupidité. Les émissions sont ce qu'elles sont devenues pour attirer une plus grande audience et gagner plus d'argent en vendant des espaces publicitaires. La valeur déterminante de ces émissions, balayant toutes les autres, tient en leur capacité à apporter des bénéfices. Le but initial - produire des émissions de télévision - a été remplacé par celui de gagner de l'argent. La publicité est en train de devenir l'unique arbitre de ce qui peut être vu de nos jours à la télévision et ceci, il faut bien l'admettre, est l'aspect négatif de la libéralisation économique. Lorsqu'on abandonne la notion de service public, le balancier se met souvent à pencher vers un mercantilisme brutal. Ce n'est pas seulement vrai

en ce qui concerne la télévision. Nous pouvons voir les mêmes forces en action dans tous les domaines d'intérêt public. Des retombées financières immédiates pour les sponsors ou les producteurs sont les seuls critères de jugement et les retombées financières sont directement proportionnelles aux occasions de placer de la publicité. Personne ne peut sérieusement nier le besoin d'apports financiers, particulièrement pour la production d'événements d'envergure, d'expositions ou de séries télévisées. Mais lorsque l'objectif d'une production bascule de la production d'une oeuvre importante vers le profit - et même indirectement par la publicité - il y a peu d'espoir que le produit final exprime quoique ce soit de réelle valeur.

Le nouvel espace de communications internationales comprendra un certain aspect de la télévision: la télévision interactive combinée au réseau comme nous l'avons déjà décrit. L'ensemble des moyens modernes de communications est en train de fusionner en un système qui trouvera rapidement sa propre logique et mettra au point une enveloppe culturelle, sociale et politique déjà identifiable. Ce monde nouveau de communications instantanées a grandi anarchiquement en répondant aux besoins à court terme des gouvernements, des armées et des multinationales commerciales et industrielles. Les industries électroniques et de communication ont dessiné ce nouveau paysage dans un style linéaire et évolutif, en répondant aux besoins perçus et aux demandes du marché. C'est ce qu'il fallait faire pour fournir à chacun des services plus performants à un prix abordable. Nous avons maintenant atteint le seuil où l'existence de tous ces différents services, systèmes, technologies - si on les assemble d'une façon logique - a donné naissance à un nouveau moyen d'expression culturelle disponible à l'échelon mondial. Il est temps pour nous tous de comprendre ce qui s'est créé, d'en prendre la responsabilité, et de le développer d'une manière positive pour une meilleure compréhension au service de la créativité humaine.

Le public exprime déjà ce besoin: un individu doit pouvoir sentir même partiellement le processus de communication représentant une société, pour qu'il puisse ressentir son appartenance. Comme nous l'avons souligné, son identité est intégrée au processus. Ceci est considéré comme la nécessité pour la personne moyenne de connaître une forme d'existence dans ou par le media. "Je suis passé à la télévision; par conséquent, j'existe." La réalité produite par la télévision remplace toutes les autres, non pas parce qu'il

s'agirait d'une fuite en avant, mais parce que la forme prédominante de communication dans une société en détermine le fondement de sa réalité. Des parents endeuillés arrivent à la cérémonie funéraire de l'attentat à la bombe de la ville d'Oklahoma, habillés comme s'ils se rendaient, apparemment, au réveillon du Jour de l'An. Ils seront vus à la télévision et acquieront ainsi une identité sociale. Toutes ces courses de vitesse pathétiques de personnes courant après une reconnaissance par l'image, sans la moindre idée de qui ils sont; ces adolescents excités sautant devant les caméras de télévision des reporters...! Les cinq minutes de gloire d'Andy Warhol que la télévision offre à chacun, avec des présentateurs proposant des formats de programmes cyniquement basés sur ce désir...!

Le public est intéressé par toute présentation ou expérience ayant trait à l'interactivité, et en Europe, toute réalisation qui propose d'expliquer l'interactivité connaît un succès instantané. C'est nettement l'indicateur d'une peur d'être exclu de la communication, et l'expression de l'espoir d'y être réintégré. Les gens sont saturés par le petit écran et veulent maintenant pouvoir agir en retour. Les enfants n'ont pas agi différemment en se tournant vers les jeux vidéo qui leur confèrent la fausse impression d'être aux commandes et de contrôler. Les chaînes de télévision jouent et expérimentent les concepts d'interactivité, sachant bien qu'il s'agit là de la prochaine et naturelle nouvelle étape. Le nouvel espace de communication est potentiellement interactif, comme l'atteste les réponses si positives du public à toute initiative dans cette direction.

Nous ne pouvons imposer de système de valeur, neuf ou ancien, à des médias. Nous pouvons proposer des contenus les plus proches possibles de savoir que nous espérons transmettre. Nous pouvons travailler dans les directions qui définiront le nouvel espace avec l'ouverture et l'interactivité proposées plus haut. Nous pouvons inventer des systèmes et des méthodes qui favoriseront la création d'un espace de communication plus riche, pour voir ce que l'art peut apporter au développement de ces nouveaux moyens de communication. Nous pouvons trouver de nouvelles formes de collaboration entre divers partenaires de la société, permettant d'atteindre ces objectifs. Nous devons nous assurer que le futur espace culturel représentera un pas en avant pour l'humanité et non l'inverse.

F. Technique et technologie

Il nous faut faire la différence entre technique et technologie et appliquer cette distinction aux deux niveaux culturels que nous avons proposé. En nous plaçant dans une perspective anthropologique, nous pouvons définir la technique comme ce qui permet à l'homme de transformer son rapport à la nature. Nous dirons que la technique permet de renverser le rapport de domination de la nature vers l'homme. A travers l'outil, l'homme se met en position de maîtrise. D'un statut d'objet de la nature, il devient sujet. L'histoire de la technique est l'histoire de l'autonomisation lente, jamais totalement aboutie, de l'être humain. Dans notre optique, la technique n'est pas, en soi, le synonyme de l'aliénation. Elle est, au contraire, intimement associée à l'émancipation et donc au devenir humain de l'homme.

Nous pouvons donc dire:

1. que la technique est une dimension essentielle de la culture au sens anthropologique du terme.
2. que, au moins dans son aspiration première, la technique autonomise l'homme vis-à-vis de son environnement.

Cependant cet aspect émancipateur de la technique est vérifiable dans le cadre d'une opposition exclusive entre nature et culture, opposition dans laquelle l'environnement est dominé par la nature. Plus cet environnement de l'homme est lui-même constitué, réglé, organisé techniquement, plus la fonction autonomisante de la technique devient paradoxale: la technique se justifiant en autonomisant l'homme d'un environnement lui-même organisé techniquement.

Il est vraisemblable que nous avons atteint cette situation et que nous nous y sommes installés avec le vingtième siècle.

La technique peut-elle nous émanciper de la technique ? Ainsi posée, la question prend forme d'un paradoxe. Il est important de distinguer entre les différentes techniques et de s'inscrire dans une perspective généalogique. A titre d'exemple nous pouvons considérer que la technique de l'électricité nous libère des contraintes de la technique de la mécanique thermique. Que le moteur à explosion nous émancipe des contraintes du moteur à la

vapeur, etc... Autrement dit, une étape technique nous libère des contraintes des étapes précédentes.

Il n'en reste pas moins que, arrivés au niveau de technicité que nous avons atteint, nous pouvons considérer que l'environnement technique constitue pour le genre humain ce que nous pouvons désigner comme une "seconde nature".

Nous proposons de différencier les deux termes de technique et de technologie en refusant tout déterminisme technique. Ce que devient la technique et ce que devient la relation de l'humain à la technique ne sont pas inscrits dans une sorte d'essence de la technique. Si l'informatique met au point aujourd'hui les formes technologiques qu'elle développe, ce n'était pas inscrit dans sa logique. Les formes actuelles des ordinateurs et les organisations actuelles des logiciels, émergent des interactions entre le savoir technique d'une part et les comportements d'apprentissage, d'appropriation, d'usages, qui sont d'ordre social. Que ces interactions se traduisent en termes marchands ou non, l'évolution de la technique informatique n'en reste pas moins le fruit d'une "négociation collective et permanente" entre le social et la technique. Pas de déterminisme donc, mais des échanges producteurs, des feed-back, des interactions, entre technique et humain: le premier modifiant les comportements du second, le second par ce même comportement, orientant les développements du premier. C'est cette logique des interactions technique/social que nous nommerons technologie.

Pour respecter la complexité de cette technologie, il faut dire les rapports avec l'économie, l'industrie, la politique entre autres catégories de la régulation sociale et, bien entendu, avec la culture. Parler de technologie de la communication et de l'information, c'est, dans notre optique, d'emblée parler socialement de la technique. Si les choses sont ce qu'elles sont ce n'est pas qu'un destin se déploie, c'est qu'un processus irrégulier, non linéaire, complexe, se développe. Un processus de déterminations réciproques entre formes techniques et formes sociales.

Ce double processus d'implication des logiques techniques dans le social et d'implication des logiques sociales dans le champ technique, est le coeur de la dynamique technologique et de son rapport à la culture.

Il ne s'agira donc de ne jamais aborder le problème de la culture dans son rapport aux outils de l'information et de la communication sans penser, en même temps la façon dont ces techniques s'enracinent et modifient la culture anthropologique.

Si nous reprenons l'énoncé: "la technique autonomise l'homme de sa seconde nature technique", en introduisant la notion de technologie nous levons le paradoxe. L'énoncé devient: "La technologie autonomise l'homme de sa seconde nature technique". Autrement dit: "Une orientation particulière du rapport entre technique et humain, s'inscrit dans le processus d'autonomisation de l'humain vis-à-vis de la technique". Tout le problème se reporte sur cette orientation, c'est-à-dire sur la façon dont la technique devient un projet social. Le terme de projet nous paraît particulièrement important: c'est l'objet d'une décision d'action et donc d'une volonté d'infléchir la réalité. La notion de projet suppose donc une position de responsabilité. Au niveau institutionnel dans lequel nous intervenons, cette responsabilité, à travers l'idée de projet, renvoie à une volonté politique. Il ne s'agit pas de suivre un prétendu destin technique mais de se responsabiliser, de faire des choix entre les implications possibles du développement des techniques de l'information et de la communication.

Soulignons qu'aujourd'hui, l'idée d'un déterminisme technologique de nos sociétés s'allie à l'idée d'un autre déterminisme, d'ordre économique. La décision institutionnelle, la responsabilité politique, a tendance à n'apparaître que comme conséquence de ce double déterminisme économique et technologique que l'on présente couramment comme une façon de penser et d'agir pragmatique.

Au nom de ce prétendu pragmatisme, tout discours sortant de l'épure du déterminisme économique-technologique est disqualifié comme "idéaliste".

Il faut opposer deux attitudes. La première attitude consiste en la reconnaissance de la détermination économique comme principe de réalité. La seconde attitude est le déterminisme économique actualisé aujourd'hui par la vague libérale. Selon la première attitude, le fonctionnement économique est une des logiques à l'oeuvre dans la dynamique sociale, selon la seconde, l'économie est la logique dominante du social, celle qui détermine le devenir des autres dimensions sociétales.

Loin de vouloir écarter la logique économique de notre raisonnement sur le rapport de la culture et de la technologie, nous trouvons nécessaire de penser la dynamique réciproque entre technologie, culture et économie.

G. Richesse culturelle et technologique

Quelque soit le niveau de sens, la notion de culture renvoie à deux processus sociaux: l'agrégation et la différenciation, le rassemblement et la séparation.

1. La culture a une fonction agrégative. Elle assure les conditions de vie commune dans le cadre d'une unicité collective. Le développement de la violence urbaine est le signe d'une crise de la fonction agrégative de la culture urbaine. A la lettre, on parlera de désagrégation sociale.

2. La culture a une fonction distinctive. Elle assure la différenciation d'un groupe humain par rapport à d'autres groupes. Les phénomènes d'intégrismes démontrent que lorsque la culture ne peut plus assumer sa fonction de différenciation, c'est la violence qui prétend s'en charger. La violence intégriste est signe d'un dysfonctionnement culturel, d'une carence dont les causes sont complexes, mais ne sont pas sans rapport avec le développement des technologies de la communication: les antennes paraboliques sont des signes sataniques en Iran.

Ces deux aspects sont indissociables: la fonction agrégative opère à travers le processus de distinction. La fonction différenciatrice agit en agrégeant. Or les technologies de communication ont un rapport ambigu à ces deux fonctions. Etant donné que leur développement procède d'un mouvement de mondialisation, la fonction de différenciation de la culture peut être contredite par le fonctionnement même des réseaux de communication. La fonction agrégative peut être contrecarrée par l'introduction d'une différenciation entre les individus qui ont accès et ceux qui, pour des raisons financières ou cognitives, n'ont pas accès aux réseaux et aux outils des technologies de communication.

Ainsi, dans ce scénario pessimiste, retrouverions-nous les fonctions de différenciation et d'agrégation, mais suivant une logique de ségrégation financière et cognitive.

Du développement de ce processus émergerait, en toute logique, une nouvelle culture. Mais est-elle souhaitable ?

En réalité ce scénario à la fois simpliste et pessimiste nous permet de placer le problème de la relation entre culture et technologies de communication sur un plan de la responsabilité institutionnelle: quoique l'on fasse, du développement de ces techniques naîtra une forme culturelle nouvelle. Le problème n'est pas de réintroduire la culture dans la problématique technologique: elle y est déjà, par définition. Le problème est de savoir comment il est possible que la culture ne soit pas la conséquence d'un prétendu destin technologie, mais qu'elle apparaisse comme le fruit d'une volonté et donc de décisions humaines.

La question du rapport dont nous redisons l'ambiguïté, entre les technologies de communication et la culture anthropologique, est particulièrement pertinente en Europe.

Les spécificités culturelle sont liées:

1. à des différences de niveaux, qui sont définissables en terme d'échelle: par exemple la culture espagnole est comprise dans la culture européenne qui elle-même fait partie de la culture occidentale au même titre que la culture nord américaine.
2. à des ensembles se chevauchant, la culture méditerranéenne regroupe les pays du bassin méditerranéen qu'il soient européens ou non et une partie de la France.

Cette altérité est définie aussi bien géographiquement qu'historiquement: on opposera la culture occidentale à la culture orientale, mais aussi bien on opposera la culture moderne à la culture de moyen âge.

Cette double détermination culturelle, géographique et historique, spatiale et temporelle, permet de mieux comprendre la complexité et la richesse culturelle européenne.

Or le développement des technologies de communication suit une logique qui tend à la fois à favoriser de nouvelles catégories de temps et d'espace.

L'usage d'un micro-ordinateur peut constituer un ensemble comportemental qu'un Américain du Nord, un Européen et un Japonais peuvent avoir en commun. Autre exemple: les utilisateurs du monde entier qui se connectent à Internet ont en commun un ensemble de pratiques, de "croyances", de valeurs, qui leur permettent de communiquer et de constituer une forme d'organisation sociale. Cet ensemble de données, nous l'appellerons culture technologique. A ces comportements communs sont liées des représentations relevant d'un même paradigme. Ainsi voyons-nous se développer une culture transversale aux ensembles culturels historico-géographiques. Ce qui n'est pas problématique s'il s'agit d'une nouvelle strate culturelle venant s'ajouter à une sédimentation dont nous avons souligné l'importance pour l'espace européen. Mais l'on peut craindre également que cette culture technologique ait tendance à supplanter toute autre forme culturelle.

La technologie est animée, aujourd'hui, par une évolution rapide qui produit, comme nous l'avons souligné plus haut, des effets de différenciation culturelle entre ceux qui ont accès et ceux qui n'ont pas accès. Cette exclusion affecte aussi bien des individus - ce qui engendre des phénomènes de ségrégation sociale, et des communautés - ce qui entraîne ou risque d'entraîner des phénomènes d'exclusion culturelle. Il y a ceux qui sont (à des degrés différents) exclus de la technologie et ceux qui sont inclus dans cette culture. Aujourd'hui, être exclu des technologies de communication, c'est être exclu de la modernité.

Mais, en formulant cette hypothèse, ne succombons-nous pas, à notre tour, à la tentation du déterminisme technologique que nous avons condamné ?

Nous ne le pensons pas. Dire que les technologies de communication sont intrinsèquement liées à la modernité, ce n'est pas présager de sa fonction et de ses déterminations, c'est simplement constater qu'un lien existe, qui est de l'ordre de la nécessité. L'élément qui nous semble important: la conjonction de la question temporelle et de la question économique. Si un groupe d'individus est exclu de la culture technologique constitutive de la modernité, ce sont des pans entiers de cultures qui risquent d'être exclus de la modernité.

Phénomène doublement dommageable:

D'une part pour les groupes culturels qui verraient leur culture être refoulée du monde, d'autre part pour la modernité qui entrerait dans un processus d'appauvrissement culturel.

Or, il faut avoir à l'esprit que cet appauvrissement est le signe d'un dysfonctionnement culturel dont nous avons évoqué, à titre d'exemple, deux symptômes: violence urbaine et intégrisme.

Le risque est alors simple à énoncer: si nous entrons dans un processus d'appauvrissement culturel, nous créons les conditions d'une implosion violente de nos sociétés.

Entrons un peu dans le détail des relations entre technologies de communication et richesse culturelle.

Cette richesse culturelle européenne est liée:

1. à la diversité culturelle, nous dirons que c'est un caractère quantitatif.
2. à la densité culturelle produite par les sédimentations historiques: il s'agit d'un trait qualitatif.

Or, comme nous allons le voir les technologies de communication sont sur ces deux aspects particulièrement ambivalentes.

1. En favorisant des échanges, le fonctionnement des technologies de communication peut produire un effet d'uniformisation à travers deux mécanismes:

- a. L'hégémonie d'une culture sur les autres. Dans cette optique la diversité disparaîtrait au profit d'une culture dominante. Il va sans dire que cette hégémonie culturelle est liée à une hégémonie économique.

- b. L'abâtardissement issu du mélange culturel. Dans ce second cas de figure, la diversité se réduirait à un ensemble culturel comme l'eau tiède émerge d'un mélange d'eau chaude et d'eau froide.

favoriser la reconnaissance et la connaissance des différences culturelles en accentuant leur dialogue. Cette possibilité ouvre la voie à l'apparition non pas d'une, mais de plusieurs formes culturelles intermédiaires par métissage.

Il est vraisemblable que la situation réelle ne s'oriente ni vers la première voie, ni vers la seconde, mais vers une situation complexe relevant, de façon irrégulière de l'une et de l'autre.

Nous pouvons évoquer l'exemple de la musique. La croissance des échanges stylistiques liés au développement des échanges commerciaux, ont à la fois favorisé l'expansion de la musique rock et de ce point de vue, on peut dire que nous assistons depuis les années 50 à un mécanisme d'hégémonie culturelle, et en même temps nous assistons à l'émergence, à partir de la rencontre entre le Rock et des musiques culturellement différentes, à un foisonnement stylistique sans précédent.

Nous devons cependant nous interroger sur ce qui favorise l'une et l'autre tendance dans cette ambivalence uniformisation / diversification.

Nous formulerons une hypothèse à ce sujet, mais il est certain que l'aspect qualitatif et l'aspect quantitatif sont ici intimement liés. En effet, pour que la diversité culturelle ne se réduise pas en favorisant une culture hégémonique, il faut que la dimension qualitative de cet culture soit maintenue.

Or la "profondeur" culturelle ne se maintient pas artificiellement. Il y a une contradiction entre la notion même de qualité culturelle et l'idée d'une démarche de conservation. Une culture ne préserve sa qualité, sa densité qu'en restant vivante.

Si le maintien en vie de cette culture est artificiel la densité s'estompe, et dépérit. Pourquoi ? Parce qu'une culture n'est dense que d'être vivante. Une culture n'est dense qu'à partir du moment où elle agit dans la vie réelle, où elle est active, c'est-à-dire à partir du moment où elle est productive. Productive de quoi ? De la vie des individus qui sont apparentés à cette culture. Nous pouvons le dire en d'autres termes: une culture n'est vivante que si elle invente des formes de vie adaptées à l'évolution de son environnement.

Toutes les technologies mais plus particulièrement celles qui nous intéressent ici, les technologies de la communication et de l'information, interviennent sur cet environnement humain, non pas en s'y inscrivant mais en en modifiant, et parfois de façon radicale, les conditions même de l'existence des diverses cultures.

Ainsi, logiquement, une culture vivante aujourd'hui est une culture qui invente des formes (de vie, de comportement, d'expressions) à partir des nouvelles technologies de la communication et de l'information. Il ne s'agit donc pas de réduire le problème du rapport technologie/culture à la question de la diffusion culturelle par les nouveaux médias issus de ces technologies. Il s'agit, aussi et peut-être, d'abord, de comprendre la culture comme moyen intégrant les technologies à sa dynamique.

Il y a donc un double enjeu dans la question de la relation entre technologie et culture: il s'agit d'une part de l'intégration culturelle de la technologie et, d'autre part, de l'intégration technologique de la culture.

H. Technologie, culture, éthique démocratique

Traditionnellement le dispositif culturel agissait selon la logique: "voici comment tu dois agir".

Aujourd'hui la logique des medias est devenue "voici comment on agit".

La formulation de la prescription culturelle médiatique a pris la forme d'un constat normatif.

Schématiquement l'offre culturelle médiatique à la forme d'un miroir:



Ce mécanisme est hégémonique (socialement parlant, il a trait à une crise de la prescription et à une redéfinition de son énonciation).

L'autre sens de culture introduit un apport en terme de connaissance entre l'individu et lui-même



Dans culturel médiatique la connaissance est remplacée par la reconnaissance. Il y a, dans ce fonctionnement de la prescription culturelle un risque de développement démagogique de la société industrielle.

Les nouvelles technologies peuvent avoir un effet aussi bien positif que négatif vis-à-vis de ce glissement démagogique.

Le phénomène que nous décrivons, comme étant la maladie politique des nouvelles technologies, n'est pas la reconduite des formes classiques de démagogie. Il en va de l'invention d'une nouvelle forme de démagogie.

Centralement le problème n'est pas la passivité du récepteur vis-à-vis des images et des informations qui lui sont communiquées. Il s'agit au contraire d'un récepteur actif. C'est à la nature de cette activité que la démagogie s'attache: il en va d'un mécanisme dans lequel le récepteur et l'émetteur forment un couple produisant un effet d'autojustification. Le premier proposant un énoncé dont les propriétés à la fois du contenu et de sa forme facilitent:

1. Le plaisir de la réception (exemple: l'humour, la dérision, le jeu de mot, le scandale).
2. La compréhension immédiate.

Le récepteur ne se contente de consommer passivement ce qui lui est proposé, il accomplit un travail de reconnaissance active du propos en jouissant de son énonciation.

La clé du processus est l'immédiateté érigée comme loi de communication. L'immédiateté c'est la négation du temps de réflexion, de distance critique...

Ainsi apparaît un paradoxe: plus la communication entre les homme est médiatisée, plus elle fonctionne sur de l'immédiat.

Autrement dit, plus la technique s'introduit entre les individus dans leur communication, plus cette communication fonctionne comme un effet direct, un effet de contact.

Afin de mieux saisir la dynamique culturelle de tout système social, nous devons observer la culture selon le point de vue de l'individu. La culture est la maison où chacun de nous vit. Elle est faite des multiples influences auxquelles nous avons été soumis durant notre vie et se comporte comme une chose mouvante. Des pièces de cette maison représentent l'éducation, d'autres les origines de la famille et l'influence de ces divers membres, l'impact des relations avec l'extérieur, et les modèles fournis par la société, en particulier ceux présentés comme étant recommandables pour une raison ou une autre. Elles se construisent depuis le contenu de nos différentes formes de communication, que ce soit par des conversations avec la famille ou les amis, par nos années passées à l'école, par nos lectures, par les films que nous voyons, par la totalité des informations que nous retirons de notre environnement visuel. En l'absence des arts et des sciences - définition 1 - cette maison existerait de toute façon tout simplement puisque nous existons. Donc la forme de cette maison se développera quelque soit les sources accessibles dans la société. C'est pourquoi les médias et leur contenu sont si important aujourd'hui. Pour la majorité de la population mondiale, les médias alimentent la source principale de la seconde définition de culture - culture avec un "c" minuscule.

Quand nous discutons de culture et médias, aussi bien des médias traditionnels comme la radio et la télévision que ceux à venir, nous ne devons pas parler de la culture comme d'un corps ajouté ou adapté à ces médias. Les médias sont la culture. Les médias audiovisuels actuels sont à l'origine des modèles sociaux pour la majorité de la population. L'argument doit stigmatiser la profondeur de la culture dans tout média donné, au travers de la relation entre nos deux définitions: avec "c" minuscule et "C" majuscule. Quels sont les plans donnés par les médias aux constructeurs de "maisons"? Quels sont les modèles de comportements proposés? Sommes-nous satisfaits des valeurs suggérées pour l'avenir de l'identité européenne?

Imaginez la "maison" culturelle d'un jeune d'un milieu social défavorisé, quelqu'un qui a grandi avec la télévision comme nourrice. Sa structure culturelle est presque entièrement modelée par le petit écran - un peu de films d'action, dans un coin un reste de

poussière culturelle de son passé familial, pas plus de place pour l'école, une grande pièce de mentalité de voyou récoltée dans les rues, etc... Il s'agit d'une structure et d'une culture, caractérisées par "des croyances communes, des formes sociales et des signes distinctifs d'un groupe". Mais quelles sont ses valeurs ? Comment se compare-t-il et interagit-il avec les "maisons" culturelles du reste de la société ?

"Les téléspectateurs (aux USA) voient 2605 scènes violentes dans un seul jour de 18 heures de zapping télévisuel, indique le Centre pour les Médias et les Affaires Publiques, soit 41 pour cent de plus que le taux relevé en 1992.
International Herald Tribune, 30 juillet 1995.

Notre société, au nom du divertissement, semble avoir séparé la seconde définition de la culture de la première et permis le développement d'une situation où ces croyances usuelles, ces formes d'organisation sociales et ces traits de caractère essentiels ne sont plus liés au savoir et à l'instruction.

De ce point de vue, il est clair que les nouvelles technologies ne peuvent par elles-mêmes, par ce qu'elles apportent de nouveau, enrayer ce mécanisme. L'interactivité par exemple, ne permet pas nécessairement d'enrayer toute démagogie. Elle peut en effet tout aussi bien la renforcer en perfectionnant les mécanismes. Si, en effet comme nous en avons fait l'hypothèse plus haut, le risque politique n'est pas dû à la passivité du récepteur mais au développement de certaines catégories de son action, alors l'interactivité ouvre des horizons nouveaux aux pathologies de la démocratie.

L'interactivité peut très bien être le moteur d'une forme supérieure d'autojustification en créant des conditions d'un couplage plus actif donc plus vivant et plus serré entre récepteur et émetteur.

Le schéma de l'autojustification est d'autant plus fort qu'il s'articule à la raison économique: la télévision aujourd'hui nous donne l'exemple de cette conjonction. Il ne s'agit pas dans notre esprit d'accuser une nouvelle fois l'audimat qui n'est qu'une technique de mesure et d'observation de l'auditoire des différents programmes de télévision. Ce qui peut être interrogé, ce sont les conséquences qui sont tirées de l'analyse de ces données. Ainsi, ce qui a été nommé "la dictature de l'audimat" finit par favoriser l'autojustification comme mode majeur de la relation télévisuelle.

Or, cette autojustification a des conséquences en terme de développement même, des possibilités ouvertes par les technologies de l'information.

L'autojustification, produit un effet de restriction, du potentiel communicationnel du media en imposant une règle unique que nous avons schématisé par la figure:



Cette figure illustre à la fois un rapport de réception et un processus d'uniformisation médiatique.

Contre ce processus nous pouvons évoquer trois risques:

1. un risque éthique: l'ancrage des technologies de communication dans un fonctionnement de dégradation démocratique,
2. un risque culturel: celui de l'appauvrissement de la richesse et de la diversité culturelle; et ceci est particulièrement alarmant en Europe, dont une des ressources est l'extraordinaire potentiel des cultures,
3. un risque économique: la restriction du potentiel communicationnel correspond à une restriction des possibilités d'exploitation commerciale.

Si les deux premiers risques sont assez évidents, il nous faut insister sur le troisième.

Les possibilités du développement économique des nouvelles technologies de communication sont liées au développement de deux dimensions:

1. extension quantitative du public.
2. diversification des pratiques.

Le schéma:



ne favorise que la première dimension de ce développement du marché.

La diversification ne peut provenir que d'un travail incluant un apport différenciant qui apparaît sur la figure:



Cette seconde figure n'est pas le contraire de la première. Elle en est plutôt une version plus complète.

La réversibilité indiquée par le signe:



est sans doute une règle de fonctionnement liée au media électronique de masse. Il ne s'agit pas de nier que la communication, dans la perspective des technologies de communication soit caractérisée par une accélération de la réception. Ce serait nier une des caractéristiques centrales de ces technologies: l'immédiateté. Nous pensons au contraire que la modification des conditions de réception n'est pas dangereuse en soi, mais elle le devient si elles évacuent les autres possibilités médiatiques. Or l'apport, l'introduction de différences, indiquée par le signe:



est un potentiel des technologies de communication.

Nous devons donc considérer:



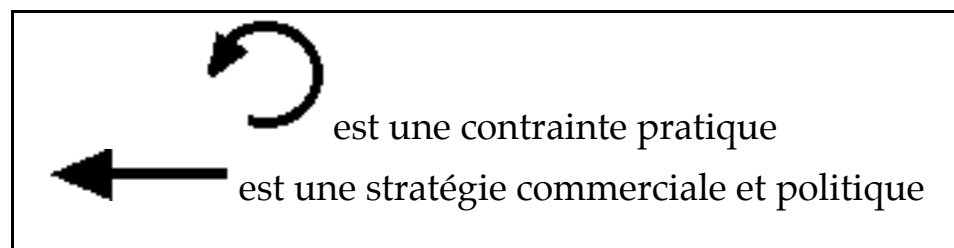
comme une règle de réception des technologies de communication. Nous entendons règle au sens d'une règle de jeu: il ne s'agit pas de nier la règle mais d'agir dans son cadre. La nier serait se placer d'un point de vue utopique, sans aucune prise sur la réalité,

et ← comme une possibilité, ouverte par les technologies de communication, mais dont le fonctionnement n'est pas naturellement actualisé.

↻ sans ← représente un danger d'ordre économique, éthique et culturel.

↻ est incontournable.

← est l'enjeu à la fois d'une responsabilité politique et commerciale.



La perspective que nous ouvre cette logique nous permet de dépasser l'opposition culture et éthique/économie.

Ici, nous semble-t-il, la question de la création artistique trouve sa place. Cette question de l'art dans la question des technologies de communication, se spécifie par rapport à la question de la culture.

Il convient de distinguer art et culture pour mieux penser leur dynamique.

I. Dynamique art/culture, création artistique et art appliqué

La notion de culture, au sens le plus large renvoie à un ensemble de règles de vie et de connaissances, sa nature est donc nécessairement de l'ordre prescriptif. La culture au sens anthropologique du terme est un ensemble de contraintes qui produit les possibilités de vie commune. La création artistique, est elle, au contraire,

transgressive. Elle ne nie pas les règles constitutives de la culture, elle les dépasse et ouvre sur de nouvelles perspectives qui appellent de nouvelles règles.

Prenons un exemple pictural, Vincent Van Gogh. Sa création dont on peut sans risque dire qu'elle a innové techniquement parlant, a introduit une nouvelle façon de donner à voir, et donc à comprendre la subjectivité. Ce travail d'invention artistique, Vincent Van Gogh l'a mené à partir d'un travail d'apprentissage culturel de la peinture, au musée. Aujourd'hui, ce sont ces toiles qui sont au musée, ce ne fut pas le cas, loin s'en faut, durant sa vie. Qu'est-ce à dire ? Aujourd'hui la peinture de Van Gogh, au moins en partie, constitue une donnée culturelle, une connaissance de l'être humain, connaissance qui, comme toute connaissance construit la réalité dans laquelle nous vivons. Les tableaux de Van Gogh font partie aujourd'hui du patrimoine, et en tant que tel cette peinture devient, parmi tant d'autres, une règle qui permet de percevoir le monde, c'est-à-dire une règle qui permet de construire le monde. La création artistique actuelle, ici, la création picturale, d'une façon ou d'une autre, doit nécessairement transgresser ce que les tableaux de Van Gogh, de Matisse ou de Picasso, ont apporté comme règle de construction du monde.

Nous pouvons dès lors distinguer la création artistique, qui au moins depuis la renaissance invente l'espace de la subjectivité dans le cadre évolutif de la culture (religieux, scientifique, social...) et ce que nous regroupons sous le terme d'art appliqué. Dans l'art appliqué, le créateur se situe dans l'univers que la création artistique à ouvert: la subjectivité est le moteur transgressif de la création artistique, elle est le but normatif de l'art appliqué.

La logique normative des arts appliqués s'accorde avec la logique industrielle. En agissant sur son esthétique et sur son ergonomie, le design d'un produit industriel favorise sa commercialisation en diffusant des normes cognitives et comportementales.

Tel n'est pas le cas de la logique transgressive de certaines catégories de la création artistique qui peut, dans certaines conditions, s'accorder à la dimension spéculative de la logique financière (Cf. Picasso, Salvador Dali - dont le surnom anagrammatique était Avida Dollar, depuis les années 60, certains peintres américains et européens). Mais il faut remarquer que cette

relation tient moins à un rapport de la création artistique à la logique financière qu'au fonctionnement du marché de l'art comme marché d'investissement spéculatif.

La situation est certainement plus complexe avec des arts comme le cinéma dont les productions dépendent de logique à la fois industrielle, commerciale et financière.

Il est évident qu'il serait par trop schématique d'opposer un cinéma commercial sans apport en terme de création artistique, et un cinéma artistique sans vocation commerciale. Du point de vue de la relation entre la logique transgressive de l'innovation et la logique normative du développement, nous pouvons faire l'hypothèse que le cinéma occupe aujourd'hui une position aussi ambivalente que celle de la peinture à la renaissance: à travers la mise en scène de la normativité sociale et scientifique, se mettait en place une place radicalement nouvelle de la subjectivité, c'est-à-dire une nouvelle relation entre l'individu et le monde.

Cet entremêlement de norme et d'innovation, cette hétérogénéité, est semble-t-il une des clés de la complexité du rapport des nouvelles technologie de l'information et de la communication, et de la culture.

Il faut distinguer entre Culture, création artistique et art appliqué. La création artistique devient contenu culturel mais sa logique est fondamentalement différente. La culture artistique est normative, la création culturelle est transgressive. L'art appliqué est développement, la création artistique est rupture.

J. Art et Innovation

L'art est une tentative de compréhension de la condition humaine, depuis la vue subjective de l'artiste sur le monde, en générant de la sorte de nouvelles perceptions. L'ensemble de ces visions du monde est communément appelé Culture.

L'artiste reflète l'évolution du climat psychologique de son époque, anticipant souvent de futurs changements dans la société. Cela l'est d'autant plus depuis que nous permettons à l'art d'être l'expression personnelle et introspective de l'artiste. Ce climat psychologique est un fait de société tangible et observable de tous y compris des

artistes, mais concernant plus particulièrement ces derniers puisqu'il s'agit de leur domaine. L'artiste a besoin de comprendre la réalité et les relations personnelles et subjectives qu'il entretient avec la réalité. L'art d'un autre domaine, n'a souvent pas d'attrait parce que nous ne partageons pas les mêmes conditions psychologiques, jusqu'à ce que l'artiste réussisse à trouver un lien universel qui permette à son travail de transcender son époque. Comme Heisenberg le dit, "L'esprit d'une époque est probablement un fait aussi objectif que tout autre fait en sciences de la nature et cet esprit révèle certaines caractéristiques du monde indépendantes du temps, éternelles. L'artiste essaie par son oeuvre de rendre ces caractéristiques compréhensibles.....Les deux processus, celui de la science et celui de l'art, ne sont pas très différents. La science et l'art, au fil des époques, forment l'une et l'autre un langage humain nous permettant d'aborder des catégories de réalités les plus inaccessibles."

Le rôle de l'artiste est, comme celui du scientifique, aussi celui de chercheur. Au 20e siècle, du moins, c'est devenu vrai. L'artiste est un genre de chercheur social appliquant son intuition créatrice à la condition humaine pour découvrir comme le grand scientifique de notre siècle, le physicien Niels Bohr, le décrit: "des relations entre les multiples aspects de notre expérience". Il juge, débat, évalue, critique, commente la condition humaine - il analyse ce qui est le propre de l'Homme dans son environnement.

Lorsque l'artiste se mit à utiliser les nouvelles technologies, une nouvelle forme d'art émergea: l'art technologique, l'art vidéo ou l'art informatique. Substituant l'outil au sujet, ces noms sont trompeurs. L'artiste adopta simplement ces outils au fur et à mesure qu'ils apparaissaient, et poussa, ainsi, cette technologie vers des directions souvent éloignées de sa vocation initiale. En ces nouveaux systèmes, l'artiste entrevoit des possibilités de créer n'appartenant, auparavant, qu'au domaine du rêve. Les effets vidéo - mis au point en premier lieu par des artistes inconnus du grand public - ont rendu cette nouvelle imagerie courante à la télévision. La manipulation du temps et de l'espace, du processus, de la durée, de l'interactivité a fait de ces notions des éléments d'importance sous-tendant l'art de notre époque, cet art même utilisant les technologies nouvelles. Elles sont devenues parties intégrantes de l'art, comme elles l'avaient déjà été dans la science. du vingtième siècle. Marshall McLuhan le décrit: "L'artiste sérieux est seul capable de rencontrer la technologie en toute impunité, car il est un expert

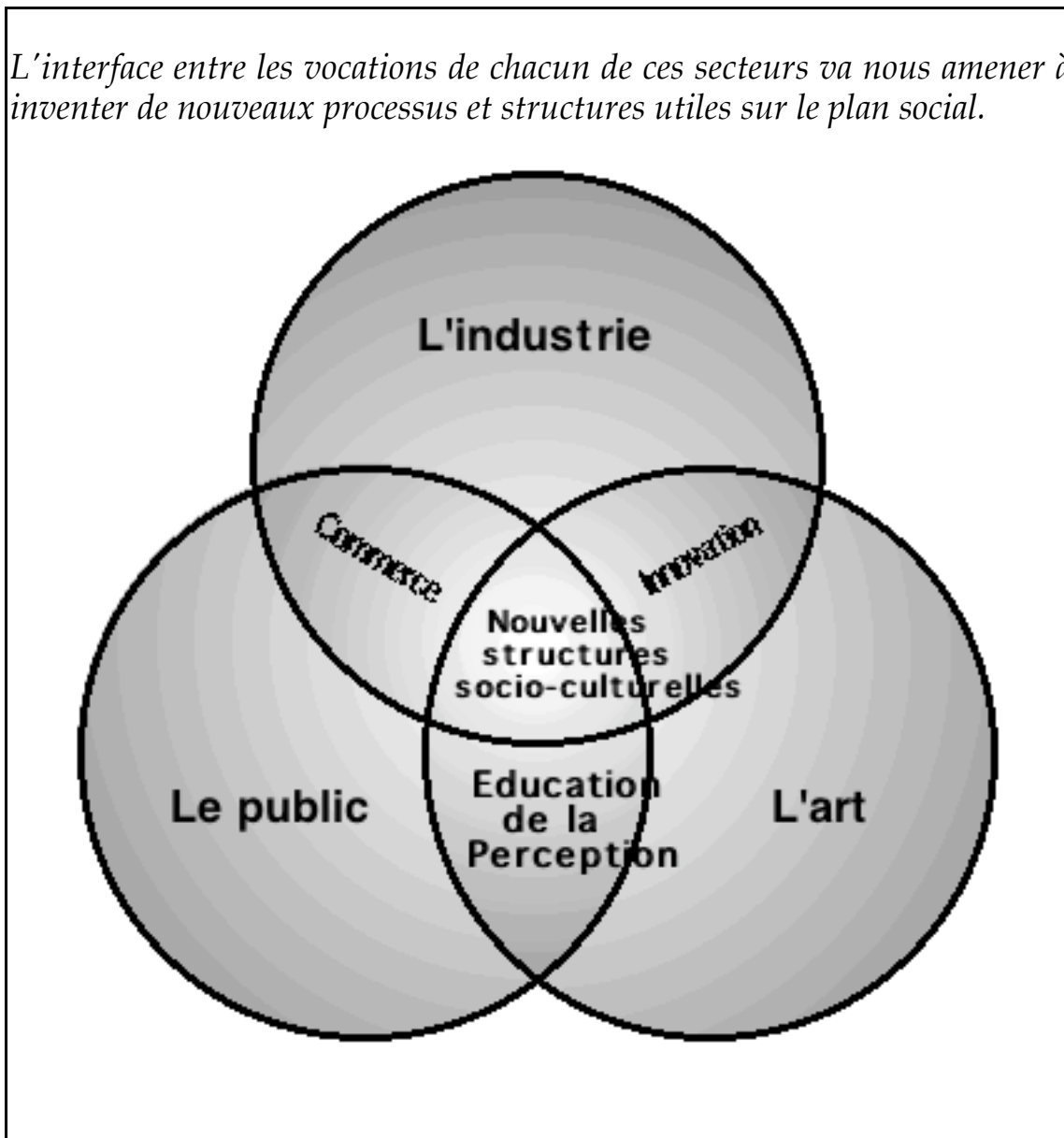
conscient des changements de perception". Les artistes comprirent les implications des nouveaux systèmes parce qu'ils y virent la faculté de les appliquer aux nombreuses facettes de l'environnement humain, sans les cantonner dans un seul rôle; de la sorte, ils ont contribué à la création du nouvel espace de communication qui nous concerne.

La technologie crée des outils dans un but spécifique répondant à une demande spécifique. L'artiste trouve d'autres utilisations de ces outils, en leur inventant des fonctions allant au-delà de ce qu'ils avaient pour mission d'accomplir, et ce faisant, il fait progresser cette technologie. Il socialise les machines et les technologies en leur attribuant un rôle esthétique, réclamant quelquefois aux ingénieurs des améliorations, des changements auxquels ces derniers doivent répondre. C'est arrivé très fréquemment dans le domaine de l'électronique. Ils y arrivèrent d'abord pour "jouer" - vraisemblablement, le meilleur moyen de venir à bout de l'intimidation provoquée par une technologie complexe. Puis, par leurs expérimentations et leurs productions, ils la maîtrisèrent. Maintenant, ils inventent réellement, ou collaborent à l'invention de nouveaux systèmes pour répondre à leurs besoins créatifs. Chacune de ces phases comporte ses propres résultats concrets identifiant clairement les différentes étapes d'évolution de cette forme de créativité. Au début, l'artiste et le public sont étonnés des résultats, surpris de ces images et de ces formes encore jamais vues, découvertes presque accidentellement par l'artiste. La seconde étape exige de l'artiste et du spectateur plus de sophistication, une fois la technologie maîtrisée et consciemment utilisée par l'artiste pour parvenir à la tâche de création qu'il s'est fixée. Il commence là, en principe, à comprendre les limitations de cette technologie et à évoluer vers la troisième étape, où il développe des extensions pour satisfaire ses exigences créatrices. A ce stade, l'artiste et son oeuvre devraient devenir intéressants pour l'industrie, puisque l'intégration réelle des systèmes technologiques a commencé dans l'environnement humain. Il ne s'agit plus d'un outil passif au service de besoins humains prédéterminés, mais d'un système actif évoluant au même pas que l'homme. Il s'agit, alors, d'une partie intégrante de la culture humaine.

Cette interaction entre la créativité de l'artiste, l'évolution du processus technologique et la réaction du public représente une nouvelle forme de relation entre ces éléments, ouvrant un nouveau

potentiel expérimental pour explorer le futur de ces nouveaux systèmes au fur et à mesure que nous tentons de les définir.

L'interface entre les vocations de chacun de ces secteurs va nous amener à inventer de nouveaux processus et structures utiles sur le plan social.



K. Art comme expérience du monde

Le passage de la création artistique individuelle à une culture de groupe est subtil, difficilement discernable. L'art est le travail d'un être, isolé de la société tout en la reflétant d'une certaine façon - une création personnelle exigeante issue d'une singulière vision du monde. La culture est collective; au mieux, l'ensemble des visions du monde convergent et fusionnent. Comment dans les faits, la vision du monde de l'artiste devient-elle culture ? Le travail de

l'artiste doit d'abord refléter quelque chose de cet "esprit du temps", décrit par Heisenberg. Le spectateur réagit à ce qu'il peut identifier, dans quoi il peut se reconnaître. Quand un nombre suffisant de ces observateurs individuels réagissent de manière identique, une masse critique est atteinte par la biais de la communication, et la nouveauté s'intègre dans la réalité collective. Ceci est cohérent avec la définition du physicien John Wheeler, pour qui la réalité est le produit commun de ceux qui communiquent. Art et communication deviennent, de ce fait, une partie importante de la totalité.

Une seconde partie de la dynamique de transition entre art et culture est le rôle de l'éducateur des perceptions, selon la définition de McLuhan. C'est particulièrement exact vis à vis de nouveaux systèmes, technologies, fonctions et définitions qui auront probablement un effet sur nos vies, même s'il n'apparaît pas immédiatement. Sous cet angle, le sujet d'un travail artistique est moins important que ses implications. Dans la peinture de Massacio, ce qui compte à long terme est moins le contenu du travail, que le fait que des hommes acquièrent une identité individuelle et habitent un nouvel espace avec de nouvelles règles relationnelles, l'espace de la subjectivité évoqué plus haut. Ces aspects s'éloignèrent radicalement des représentations et, par conséquent, de l'esprit du Moyen Age. L'art du vingtième siècle représente une cassure équivalente avec le passé et le travail des artistes, une source de profond changement culturel. Les nouvelles définitions de l'être humain et de ses relations à autrui et à son environnement sont souvent implicites dans le procédé technologique employé: ils sont le moyen par lesquels les nouvelles idées sont introduites dans la société.

Depuis le début de la révolution artistique de notre époque, les artistes anticipent le nouvel espace que nous essayons de définir. Cézanne, dans ses natures mortes, se démarqua de la perspective de la renaissance qui imposait un unique point de vue, en plaçant différents points de vue à l'intérieur d'une seule image.

Marcel Duchamp reprit, en 1913, cette idée de l'homme d'une manière simple mais profonde dans son oeuvre "Trois stoppages-étalon". Il s'agit d'une série d'oeuvres sur le mètre qu'il accomplit en laissant tomber d'une hauteur d'un mètre, des fils d'un mètre de long, puis en traçant les lignes formées pour créer un nouveau

"mètre étalon". La subjectivité de la perception fournit à chaque individu sa propre unité de mesure et la communication de ces divers points de vue définit la réalité, au sens où Wheeler l'a proposée.

Héraclite disait que "le monde est à la fois un et multiple" et que la tension contenue dans cette opposition est la tension inhérente à la vie. L'"un et multiple" peuvent être compris comme notre propre monde individuel face au monde extérieur, somme de tous les autres mondes individuels.

Marcel Duchamp, sembla anticiper ou progresser parallèlement aux glissements du paradigme scientifique dans presque tout ce qu'il fit. Il est certain qu'il s'occupa intimement de l'art comme processus, et de plus près que beaucoup d'autres artistes. L'art est processus, d'abord dans l'acte de création, puis dans l'acte d'appréciation. Le spectateur, l'observateur forment les maillons indispensables à la chaîne que l'art représente. Duchamp considérait qu'un travail artistique comportait deux pôles: l'artiste et le spectateur, également importants. Ils participent ensemble à la définition du travail.

Duchamp a aussi anticipé les effets dérangeants provoqués par la Théorie de la Relativité. A la même époque, Einstein s'occupait des dimensions de l'espace-temps, utilisant un train en mouvement pour démontrer les changements de référence, Duchamp avec "Jeune Homme Triste dans un Train", peignait le déplacement d'une personne dans un train en mouvement. Pourtant, simultanément, ils étaient, chacun à sa façon, en train de travailler sur un changement profond d'attitude envers l'environnement qui allait révolutionner la vision traditionnelle qu'on avait alors du monde et transformer notre compréhension de l'interaction humaine. Le scientifique invente les nouveaux espaces que l'artiste rend habitables.

Le travail de certains artistes vis à vis des médias a poursuivi ce processus. Nam June Paik, considéré comme le fondateur de l'art vidéo dans les années 60, nous amena, par son travail, à comprendre et à accepter certains éléments de la télévision de manière radicalement innovante. D'abord, par la distorsion de l'image, il nous montra la plasticité de l'image électronique et nous fit admettre qu'il s'agit du résultat de l'application d'un procédé et non une sorte de transcription neutre de la réalité. Celle-ci était retravaillée et pouvait l'être à l'infini. Idem pour les premiers

travaux sur l'image télévisuelle de l'artiste suédois Ture Sjölander. Ceux de Paik, comme "Global Groove", annonçaient la diffusion audiovisuelle planétaire par satellite et même le "zapping" à l'échelle mondiale. Wolf Vostell désanctifia le poste de télévision en le déconstruisant. Leur travail et celui d'autres artistes démarra un long processus, loin d'être arrivé à son terme, de réévaluation d'un médium de communication ayant pris une place importante dans notre vie. La télévision, parce qu'elle a en général nié cette forme de créativité artistique qui pouvait l'aider à trouver sa spécificité culturelle, joue toujours avec l'idée d'adapter à l'écran d'autres formes culturelles, plutôt d'en inventer de nouvelles qui exprimerait mieux son potentiel culturel. C'est la sempiternelle leçon de l'art vidéo.

Les artistes travaillant avec le réseau, Kit Galloway et Sherrie Rabinowitz ont attiré notre attention sur le nouvel espace dès le début de leur travail, quand, par exemple, ils placèrent des danseurs de différentes villes dans le même espace scénique virtuel, pour se produire ensemble. Allan Kaprow, le père des "happenings", joua avec les systèmes de communication dans les années soixante pour explorer le potentiel de l'interactivité avec l'outil télévisuel. La "Time Machine" de Piotr Kowalski démontra la plasticité du temps comme une nouvelle dimension à manipuler dans l'esprit d'Einstein. Moholy-Nagy, dès 1922, expérimenta la création d'image par téléphone.

Le fait que les artistes vidéo Bill Viola et Gary Hill furent tous les deux consacrés cette année à la Biennale de Venise - Viola comme l'artiste du Pavillon Américain; Hill comme lauréat du premier prix de sculpture - démontre clairement que la création basée sur le temps et la durée a été totalement acceptée dans le monde artistique.

En général, le travail de ces artistes nous a fait comprendre l'espace-temps et son potentiel pour l'interactivité. Il nous ont projeté dans ce nouvel espace auquel nous sommes maintenant confrontés et nous ont aidé à l'assimiler.

Les nouvelles technologies de l'environnement visuel en puissance lancent un défi spécifique aux artistes: adapter leurs outils aux processus de création artistique, définir le contenu de ces processus, développer un langage visuel qui sera leur principal moyen d'expression. Ces technologies en devenir nous offrent un nouvel

espace de communication qui sera virtuel, international et interactif. C'est le rôle de l'artiste de nous aider à définir cet espace, de la rendre viable et intégré à la culture contemporaine. Cela est également vrai pour la télévision qui n'a été que marginalement expérimentée dans les processus de création artistique. Bien que l'art vidéo ait déjà trente ans d'âge, qu'il compte des praticiens reconnus et une présence dans un nombre croissant d'écoles d'art et de musées, son influence reste minime eu égard à l'importance de ce média et de son impact sur la société aujourd'hui. Il pourrait en être de même pour les nouvelles technologies: le mode de recherche inhérent à l'art pourrait en être tout aussi bien absent qu'il l'a été de la télévision. Le rôle traditionnel des arts fut de rénover l'environnement visuel, de le redéfinir à chaque nouvelle époque, et de la sorte, fournir à la société des modèles d'action; ce que McLuhan et de nombreux autres ont signifié par éducation de la perception par l'artiste. Dit simplement, l'art est une forme de questionnement et l'interface entre le public et l'art est la culture.

Une partie de la mobilisation culturelle nécessaire au changement de la situation doit se faire dans le domaine de l'éducation artistique, là où sont censées être formées les personnes qui feront la culture de demain. Les écoles d'art du continent devraient enfin être les laboratoires naturels où seraient expérimentés les nouveaux médias, le lieu où une partie du nouvel environnement visuel européen pourrait faire l'objet de recherches; non pas des écoles des médias dont l'objectif est de former des élèves à un métier sans un questionnement sur les contenus et le rôle social, écoles où la formation est surtout technique et où le contenu et les critères de qualité collent à ceux de l'industrie. Il semblerait qu'il s'agisse là d'une tendance des gouvernements en Europe de pousser les écoles d'art dans cette direction, comme un moyen d'augmenter leur rentabilité et de redéfinir leur rôle social.

Trop souvent, les institutions et les écoles d'art ont conservé un mode de fonctionnement traditionnel, sans tenir compte de ces secteurs de l'activité sociale qui fournissent des modèles culturels bien acceptés par le public. La télévision, à ses débuts, était délibérément ignorée ou même rejetée par le monde de l'art comme étant destinée aux masses, et donc indigne. On utilisait des termes comme "culture populaire", médias, industries du spectacle, des mots qui, en fait, sont devenus un obstacle au questionnement de l'art, libérant ainsi ces espaces au commercial. Il est essentiel de

reconnaître le nouveau monde en train de se constituer autour de nous, de reconquérir et de réorienter les outils de communication pour une meilleure expression du meilleur de notre culture. Les écoles ne doivent pas juste être poussées dans le giron de l'industrie uniquement pour les rendre, dans une vision à court terme, plus fiables économiquement et moins lourdes pour l'Etat. Les écoles ont besoin de tisser avec l'industrie une nouvelle relation pour créer les laboratoires nécessaires à l'exploration du nouvel espace de communication. Si jamais l'Europe arrive à améliorer son environnement médiatique, encourager les écoles d'art et l'industrie à collaborer pour aborder le problème, cela pourrait être un grand pas dans cette direction. C'est le travail d'une génération, différé depuis déjà trop longtemps.

Le Nouvel Espace de Communication, l'Interface avec la Culture et la Créativité Artistique

Conclusion

Initiatives exemplaires actuellement développées en Europe

Depuis plusieurs années, nous constatons l'émergence rapide d'initiatives diverses dans le domaine des arts et de la technologie des nouveaux médias. Les objectifs visés par ces initiatives sont l'étude et l'expérimentation de techniques particulières, la réalisation et la présentation d'oeuvres d'art multimédia, la promotion des innovations, mais également l'analyse des dimensions culturelles, sociétales et éthiques engendrées par la révolution technologique.

En Europe, les initiatives actuelles se répartissent en fonction de leur vocations premières et leur destinations institutionnelles: d'un côté les Ecoles d'Art et Centres de recherche où se déroulent l'enseignement, l'expérimentation technologique et l'expression artistique; de l'autre côté les Expositions, Festivals et Colloques, qui sont autant de lieux de présentation pour les artistes, créateurs et auteurs ainsi que des lieux de confrontation et de discussion pour un public de plus en plus intéressé. Comme lien entre ces initiatives tantôt publiques, tantôt privées, se sont constitués les Réseaux d'Artistes, outils permanents d'une recherche avancée et lieux virtuels d'échanges interactifs à échelle internationale entre ces institutions et des artistes ou chercheurs indépendants. Quand au grand public, il est invité dans de multiples autres réseaux à participer à des Communautés Virtuelles qui sont des espaces fantastiques d'expérimentation et forums de la plus vive discussion sur tous les sujets de la vie politique et culturelle.

En ne se limitant pas à une pure application technique, ces initiatives se caractérisent par l'intégration d'une réflexion générale ainsi qu'une prise de conscience des dynamiques culturelles et sociales impliquées dans les nouvelles technologies. Ces initiatives sont aujourd'hui les seules occasions d'une analyse productive concernant l'avènement de la société de l'information. Force est de constater que dans la plupart des cas, ces espaces de recherche créative, d'expérimentation artistique et de libres discours permettent l'invention des concepts qui sont le fondement d'un avenir démocratique et des techniques sur lesquelles repose le progrès économique de nos sociétés.

Compte tenu de la multitude et de la diversité des institutions et expériences naissantes dans le domaine des arts et nouvelles technologies, il est impossible, en quelques pages, de considérer toutes les initiatives existantes, ni de dresser un état des lieux, même approximatif.

Tout en soulignant la nécessité d'une étude approfondie, intégrant notamment les initiatives en cours dans les pays Baltiques, les pays de l'Europe Centrale et de l'Europe de l'Est, le présent document se veut une description de quelques expériences exemplaires pouvant servir de modèles.

A. Enseignement/Formation/Ecoles d'Art

Si, depuis plusieurs années, une partie croissante des écoles d'art européennes propose un cycle d'études médias, il s'agit dans la plupart des cas, d'une formation limitée à la pure application des nouvelles techniques audio-visuelles. Or, le défi lancé par l'avènement des nouvelles technologies nécessite une sensibilisation plus large à la responsabilité sociale et politique des artistes et futurs professionnels qui feront la culture de demain.

Sans vouloir sous-estimer l'engagement d'autres écoles dans ce domaine, la prise en compte de l'impact de ces technologies sur la vie culturelle et sociale de nos sociétés ne sera illustrée ici que par deux exemples brillants.

L'Ecole Supérieure des Arts et Médias à Cologne

Inaugurée en 1990, l'Ecole Supérieure des Arts et Médias à Cologne en Allemagne est la seule école supérieure du pays regroupant tous les médias de l'audiovisuel. Cette école fait la synthèse des différentes disciplines (télévision, cinéma, arts médiatiques, sciences artistiques et médiatiques) qui s'entremêlent dans la pratique mais qui généralement sont enseignées séparément dans les autres écoles. Elle favorise cette intégration par une coopération intense avec des universités, des institutions culturelles, des chaînes de télévision et l'industrie des médias, aussi bien en Allemagne qu'à l'étranger.

Du fait de ses vocations primaires - la coopération des arts, de la technologie et de la science, la rencontre d'idées et de concepts divers, la confrontation entre théorie et pratique - le programme technologique de l'Ecole Supérieure des Arts et Médias favorise l'imagination et la créativité artistique. En même temps, cette école est le lieu d'une sensibilisation continue à la responsabilité sociale et politique dont les futurs professionnels doivent faire preuve en tant qu'artistes, créateurs, réalisateurs et auteurs dans leurs rapports avec les médias.

L'Ecole Supérieure des Arts et Médias de Cologne propose le cycle d'études Médias sous deux formes: un cursus complet de quatre ans sanctionné par un diplôme, et un cursus de formation continue sur deux ans. Elle s'efforce d'inscrire à son programme un doctorat international.

Le Laboratoire de Langage Electronique

Le Laboratoire de Langage Electronique est une association d'écoles d'art françaises sélectionnées pour leur conception de rapport entre l'art et les nouvelles technologies de création ainsi que pour leur programme de recherche et d'enseignement dans les champs artistiques, donc culturels et sociaux.

Mettant en commun leurs ressources au sein de cette association, les écoles de beaux-arts de Bourges, Cergy-Pontoise, Lyon, Nancy, Nantes et Strasbourg, en collaboration avec le Conservatoire National des Arts et Métiers (CNAM), à des étudiants, qu'ils soient artistes ou ingénieurs, un espace de formation, de recherche et de travail commun, aboutissant au développement de projets partagés.

En intégrant une philosophie de la création électronique, l'enseignement du troisième cycle (DEA) alimente la réflexion concernant le contenu des réalisations multimédia et de l'utilisation des réseaux de communication.

B. Centres de recherche

Parmi les centres de recherche et laboratoires multimédia qui sont créés ces dernières années en Europe, il convient de distinguer deux catégories d'établissements:

- ceux qui, par une approche technique d'application essayent de récupérer les nouvelles technologies pour optimiser la commercialisation de leur produits audio-visuels (films, publicités)...
- ceux qui se sont voués à un travail créatif se fondant sur une analyse critique du paysage médiatique en Europe.

Nous examinerons ici deux exemples de cette seconde catégorie.

Le Centre d'Art et de Technologie des Médias (ZKM) à Karlsruhe

Le Centre d'Art et de Technologie des Médias (ZKM) à Karlsruhe en Allemagne, créé en 1989, est fondation de droit public financée à parts égales par le land de Baden-Württemberg et la ville de Karlsruhe. En tant qu'institution de recherche, de diffusion de la culture et de formation continue, sa mission est de créer les conditions nécessaires à un vaste travail sur l'art et la technologie des médias, en particulier dans les secteurs de l'image, de la musique et du texte et leur combinaisons.

Regroupant cinq instituts - l'Institut des Médias visuels, l'Institut de Musique et d'Acoustique, le Musée d'Art contemporain, le Musée des Médias et la Médiathèque - ce centre conduit, depuis cinq ans artistes, scientifiques ainsi que techniciens dans le cadre démarche pluridisciplinaire à chercher et à développer des applications des nouveaux médias dans le domaine des arts et du patrimoine. Ce centre travaille en coopération directe avec la Faculté d'informatique de l'université de Karlsruhe. Son partenaire le plus proche est l'Ecole Nationale Supérieure des Arts à Karlsruhe, créé la même année et chargée notamment de l'enseignement des

nouveaux médias. Son esprit d'ouverture amène le ZKM à des multiples et productives coopérations avec d'autres institutions en Allemagne, partout en Europe, et même au plan mondial

L'Institut des Médias Visuels, un des cinq Instituts du ZKM, fournit en permanence à un grand nombre d'artistes en résidence un terrain de recherche et de création, leur offrant la possibilité de travailler avec les technologies des médias les plus avancées. Les objectifs de cet institut sont de permettre la recherche pratique et le développement des techniques propres à ces supports ainsi que de promouvoir l'application de ces techniques dans un contexte artistique et social. Ces activités sont situées dans un cadre théorique basé sur l'observation critique de l'état actuel du paysage médiatique et sur le désir d'apporter une contribution du plus haut niveau au développement à venir de ce paysage.

Ni musée de technologie, ni galerie d'art à proprement parlé, le Musée des Médias du ZKM, se gardera alors de devenir une vitrine luisante des innovations techniques. Alors que dans les autres instituts, l'expérience artistique et la conscience poétique, propre à l'art, constituent souvent le centre d'intérêt, l'esprit d'analyse et donc nécessairement critique sera l'instance dominante de ce musée. La recherche de l'authenticité comme fondement de l'identité - recherche qui est de plus en plus mise en cause par des simulations et illusions immersives - sera le sujet primordial de l'analyse future des médias.

Si l'ensemble des nouveaux médias est à une échelle mondiale le théâtre d'une nouvelle mythologie, l'activité dominante de ce musée consistera à ouvrir pour la déconstruction obligatoire de ce mythe. Dans cet objectif, le musée et son laboratoire multimédia fourniront les installations d'expérimentation directe au visiteur de se familiariser avec les concepts historiques, contemporains et prospectifs relatifs au développement culturel des médias.

Avant d'ouvrir ses portes au grand public, en 1997, le ZKM aura présenté lors de quatre grands festivals, "Multimédiale", qui regroupent les oeuvres artistiques et installations muséographiques résultants de ce vaste travail d'analyse du processus de la transformation de notre vision du monde opérée par les nouveaux médias.

Le Museo Internacional de Electrografia (MIDE) à Cuenca

Depuis son inauguration en 1990, le Museo Internacional de Electrografia (MIDE) de l'université de Castilla-La-Mancha à Cuenca en Espagne a atteint son objectif de devenir un centre actif spécialisé dans les nouvelles technologies de l'image. Conscient que tous les domaines de l'art contemporain ont opté pour une appropriation de ces nouvelles technologies, les artistes se trouvent constamment à la recherche d'un accès à ces technologies dans les meilleures conditions possibles. C'est un aspect primordial des aspirations créatives de jeunes artistes multimédia que de créer et de traiter l'image en tant que transmetteur des nouvelles idées contemporaines.

Ayant donné, des réponses concrètes à cette situation depuis son entrée en fonction il y a cinq ans, le MIDE est devenu un centre pour la standardisation et diffusion, la création et la recherche dans le domaine des nouvelles technologies de l'image. Avec plus de 2000 oeuvres, sa riche collection reflète le travail actuel d'artistes espagnols ainsi que d'un grand nombre de pays étrangers. Le centre de documentation du MIDE permet des études détaillées et méthodiques de tout type d'information concernant ce sujet les applications artistiques des nouvelles technologies. Laboratoire moderne d'études, de consultation et de recherche, le MIDE peut aujourd'hui suggérer et promouvoir le développement de la communauté scientifique et artistique sur le plan national et international.

Dans son atelier multimédia, ce centre dispose de l'équipement le plus avancé pour la génération, la reproduction et le traitement d'images. C'est dans cet atelier que l'équipe de chercheurs travaille en permanence sur des projets artistiques. A l'occasion de cours et de séminaires l'expérience acquise est transmise à des étudiants-artistes et à d'autres spécialistes dans ce domaine. Offrant un large programme de bourses d'études, le MIDE met à la disposition de ses étudiants-artistes en résidence toute la gamme de son équipement technique.

C. Expositions, Festivals et Colloques

Nous distinguerons deux grands types de manifestations:

- les très grandes manifestations de type plutôt commercial réservées aux professionnels comme l'Imagina (Monte-Carlo) et le MILIA (Cannes) où s'exposent et se négocient les derniers équipements, logiciels et produits du marché multimédia
- les expositions d'art et colloques scientifiques souvent réunis à l'occasion de festivals, où sont présentés les nouvelles technologies et débattus de leur impact sur la vie culturelle et sociale.

L'Ars Electronica à Linz

Le plus ancien, le plus renommé et, jusqu'à aujourd'hui, le plus actif de ces festivals est sans doute l'Ars Electronica qui attire à Linz en Autriche chaque année depuis sa fondation en 1980 un grand nombre d'acteurs culturels, venant du monde entier.

Ce "festival art, technologie et société", variant chaque année de thème central, animé chaque année par un autre thème central, a couvert toute la gamme des sujets traitants des relations entre arts, technologie et société. En 1995, répondant précisément à l'évolution la plus actuelle, le festival de Linz concentrait son attention sur le thème majeur: "Mythos Information - Welcome to the wired world".

A côté des expositions et performances présentant les derniers acquis des réseaux électroniques et de la téléprésence, reflétant également, à travers une multitude d'oeuvres choisies, une réflexion et analyse artistique de haut niveau, les critiques et les maîtres à penser de l'autoroute de l'information et du cyberspace se disputaient au courant de plusieurs grands colloques (e.g. John Perry Barlow, Amy. S. Bruckman, Timothy Druckrey, Friedrich Kittler, Geert Lovink, Pierre Levy, Paul Virilio et Peter Weibel...). Les sujets abordés, tel que le mythe de l'information, la démocratie dans le réseau, la question de l'authenticité de l'information émise en réseau, la sexualité virtuelle, la transformation de notre vision du monde..., témoignent d'une sensibilisation accrue concernant l'impact des nouvelles technologies sur notre vie sociale et culturelle. Ainsi, dans cet événement majeur, la plupart des contributions ne reflétait pas l'enthousiasme superficiel propagé par

l'industrie des médias, ni l'ordre de marche opportuniste prêché par certains dirigeants politiques, mais plutôt une réflexion profonde, reliée irrévocablement à beaucoup d'interrogations critiques, voire inopportunes.

Le "Metaforum" à Budapest

Ce type de festival était, jusqu'il y a quelques années, impensable dans les pays de l'ancienne Union Soviétique. La rapidité et la profondeur de la reprise de ces interrogations majeures par des initiatives précurseurs dans une partie de ces pays donnent cependant naissance à l'espoir que ces pays ne se laissent pas surprendre par la commercialisation de produits audiovisuels étrangers ne reflétant en rien leur propre identité culturelle.

Dans le cadre prestigieux du Festival d'Art d'Automne de Budapest se tiendra, du 6 au 8 octobre de cette année, le colloque international Metaforum II "No Borders Budapest Networking Conference". Ce colloque est organisé par la fondation hongroise Media Research et le département Intermédia de l'Académie Hongroise des Beaux-Arts. Il se réjouit du support de plusieurs ambassades et instituts culturels européens ainsi que de la fondation privée Soros Center for Contemporary Art (SCCA), qui est particulièrement active dans le domaine de l'art contemporain sur une quinzaine de pays de Europe centrale et de l'est.

Les sujets abordés par ce colloque, comme par exemple le contrôle de l'information par les gouvernements, la définition sociale des communautés virtuelles, la commercialisation des réseaux, laissent prévoir une analyse critique et une prise de conscience de l'impact spécifique que pourraient avoir les nouvelles technologies sur les sociétés des pays de l'Europe centrale et de l'est.

"New Media in Czech Visual Arts" à Prague

Témoignant d'une approche similaire analytique, se tiendra, dans la première semaine de décembre 1995, à Prague, dans le cadre de l'exposition "New Media in Czech Visual Arts" le colloque "The environment as an artifact". Il est organisé en coopération par le Soros Center Prague et le Goethe Institut Prag. Là encore, le choix des sujets proposés n'est ni dominé par une nonacceptation ni un

enthousiasme aveugle, mais plutôt par un esprit d'investigation concerné de la responsabilité pour l'avenir de la vie sociale et culturelle de nos sociétés.

"Télépolis" à Luxembourg et "Kulturby '96" à Copenhague

Depuis peu, cette sensibilisation commence à se traduire dans des grands événements publics soutenus par la politique culturelle de certains pays. Déjà cette année, la ville de Luxembourg en tant que Capitale Culturelle Européenne 1995, sera lieu de l'exposition et du colloque "Télépolis" qui ne pourra, pour être crédible, plus écartier le sujet d'une grande responsabilité de la part des acteurs culturels ainsi que de l'industrie pour l'impact des nouvelles technologies sur la culture et la vie sociale en Europe. L'année prochaine, la Capitale Culturelle Européenne 1996 Copenhague, dans le cadre de "Kulturby '96" abordera toute l'envergure de ce sujet dans une grande partie de ses 500 projets culturels englobant des expositions et colloques internationaux du plus haut niveau.

D. Réseaux d'Artistes/Communautés Virtuelles

Les Réseaux d'Artistes et Communautés Virtuelles se présentent en tant qu'élément communicant entre ces initiatives de caractère tantôt public, tantôt privé. Outils fantastiques et puissants d'une recherche avancée et lieux virtuels d'échanges interactifs au niveau international entre institutions et artistes ainsi que chercheurs indépendants, ces réseaux se sont abstenus, jusqu'à présent, de toute commercialisation et ont soigneusement gardés l'option d'un accès créatif pour tout le monde.

C'est en effet dans ces réseaux de qualité artistique et libertaire que le concept d'une société globale, ouverte à l'interchange démocratique de toute information a été inventé et expérimenté à large échelle. Aujourd'hui, il faut constater l'existence réelle de la menace que, par la réalisation du projet purement commercial de l'information superhighway", ces initiatives modèles perdront leur indépendance.

Art 3000 en France

Structurant et animant un réseau interdisciplinaire de plus de deux mille membres professionnels de la musique, de l'image et du

spectacle, Art 3000, crée en 1988, est en France le plus ancien réseau des artistes qui utilisent les nouvelles technologies dans la création. Doté d'un parc d'équipement haut de gamme et travaillant avec un large réseau de structures partenaires, l'atelier de création d'Art 3000 aide à la réalisation de projets artistiques et mène des activités de recherche et de création dans les domaines des nouvelles images tant à terme du multimédia que de la réalité virtuelle. Dans des manifestations régulières ce réseau a déjà présenté les travaux de plus de cinq cents artistes.

Artistes en Réseau

Créé en 1990, Artistes en Réseau est un réseau international d'échanges interactifs entre écoles d'art, centres de recherche et artistes indépendants. Animant une communication vive au résultats particulièrement prometteurs, ce réseau comprends actuellement 19 correspondants permanents répartis dans 16 villes de sept pays: en France, en Allemagne, au Royaume-Uni, en Espagne, au Danemark, aux Etats-Unis et au Japon. Correspondant à un des objectifs principaux de son concepteur, Don Foresta, le nombre des villes et pays connectés à ce réseau augmentera continuellement.

Utilisant pour la transmission Numeris, le réseau téléphonique numérique à haut débit, et Internet, le travail sur ce réseau consiste à développer et exploiter par l'action artistique et culturelle des processus interactifs de communication, d'expression et de création. Concrètement, il s'agit de procédés comme la visiophonie, le télé-travail ou le partage d'écran, l'échange d'images, de sons, de textes et de toutes autres types de données numériques multimédias.

Les progrès accélérés des nouvelles technologies appellent une réflexion globale que l'industrie ou le commerce n'incluent pas dans leur vocation première. Artistes en Réseau, par contre, intègre ces systèmes dans le cadre d'une philosophie de la création et de la communication. L'outil ordinateur, caméra ou réseau n'est plus une fin en soi pour le chercheur-artiste: sa présence dans le mouvement d'évolution technique relativise l'importance du "produit" et s'accompagne d'une prise de conscience de ses dimensions artistiques, sociales, culturelles et éthiques.

Dans le domaine des nouvelles technologies, la collaboration artiste-industrie recouvre des dynamiques économiques, particulièrement

sensibles au niveau des écoles d'art: l'étudiant, futur professionnel, doit être formé aux nouvelles technologies et au vaste champ des processus de travail offerts. L'expression évolue; ses codes et ses routines se modifient; un langage mieux adapté à l'image électronique en sera l'aboutissement. Artistes en Réseau favorise les collaborations entre techniciens et les utilisateurs artistes et autres, sans omettre les réalités socio-économiques auxquelles elles sont soumises. L'apprentissage, au sein des écoles d'art, de la création en réseau permet de préfigurer, pour leurs étudiants-artistes, les métiers et les processus de création du futur: le partage d'un même espace de création, d'expression et de travail. L'identité et par delà l'existence deviennent donc dans ce réseau un concept original, dépendant seulement de l'activité. La confrontation pluri-culturelle qu'elle implique et la mise en commun des ressources artistiques et pédagogiques sont autant d'intérêts majeurs visés par ce réseau.

Le "Café Electronique International"

Fondé par la même équipe et sur des idées du même ordre, le "Café Electronique International" est le réseau de communication publique d'Artistes en Réseau. Dans ce projet, le public est amené à participer aux événements artistiques mais aussi de communiquer avec des artistes et publics d'autres villes et pays connectés. Dans cet espace où, selon sa désignation CAFE (Communication accès for Everybody), règne le libre accès à la communication pour tous, les artistes assument, à partir de leur expérience acquise avec Artistes en Réseau, la fonction d'intermédiaires entre le public et la technologie. Aidant les participants à interagir ensemble, ils animent dans les sites permanents du Café Electronique de multiples événements artistiques où convergent différents médias: vidéo, arts plastiques, informatique, musique, danse, littérature, performance.

L'optique du Café Electronique est d'ouvrir de nouvelles perspectives de collaboration créative entre artistes et le public. Mettant en évidence, par des processus interactifs, la création dans un espace virtuel partagé, il s'agit là d'un lieu public d'expérimentation où se développe une recherche approfondie sur ces processus.

De Digitale Stad Amsterdam

Basé sur l'idée de la communauté virtuelle De Digitale Stad Amsterdam prolonge l'espace public de la ville d'Amsterdam dans le réseau en proposant aux utilisateurs divers services et forums. Depuis l'année dernière (1994), cette cité digitale a créé un nouvel espace de communication qui est devenu, à Amsterdam, un centre important pour enquêtes et réclamations, un forum extraordinaire pour la discussion publique, visité en moyenne par 4 000 visiteurs par jour, ou 120 000 par mois (décembre 1994). Lancé à l'initiative du centre culturel "De Bali" et la fondation "xs4all" et ayant reçu un support financier de la part de la municipalité d'Amsterdam et des ministères de l'économie et de l'intérieur, De Digitale Stad évolue rapidement vers une structure autofinancée et projette de terminer sa dépendance de subventions financières ici deux ans.

Parmi ses objectifs rangent en premier lieu: la détermination de jouer un rôle important vers l'évolution d'un nouvel espace international démocratique de communication, de servir comme modèle d'une vraie communauté virtuelle par la mise en disposition de son expertise et ses expériences acquises, servir de plate-forme pour les activités de petites et moyennes entreprises, spécialement au niveau de la structure économique régionale.

Les services proposés par ce réseau digital sont: l'offre d'une plate-forme d'accès facile pour des institutions et initiatives culturelles ainsi que faciliter et rénover la vie communautaire en démocratie en créant un forum pour la communication directe entre utilisateurs et l'administration locale.

- - -

Rappelant l'importance absolue des initiatives culturelles et non commerciales pour la conservation de l'identité et de la diversité culturelle de nos sociétés en Europe, soulignant leur fonction primordiale en tant qu'éléments réels de l'évolution d'une culture vivante équilibrant la commercialisation menaçante du paysage culturel européen, il convient de souligner que ces initiatives méritent un support substantiel de la part des politiques culturelles respectant leur autonomie acquise et s'abstenant définitivement de toutes mesures dirigistes.

Le Nouvel Espace de Communication, l'Interface avec la Culture et la Créativité Artistique

Table des matières

Introduction Société de l'Information Vers un nouveau "Meilleur des Mondes"?

A. Tendances actuelles de monopolisation dans le futur marché Multimédia	2
B. Le projet de l'autoroute de l'information	4
C. Identités et expressions culturelles.....	5
D. L'intérêt spécifique du patrimoine européen dans la création multimédia	6
E. Mobilisation des acteurs culturels en Europe	7

Développement Evolution d'une Interface Art Technologie

A. Sortir du déterminisme technologique.....	9
B. Les deux sens du terme "culture"	10
C. Deux formes technologiques de communication.....	11
D. Internet comme préfiguration.....	15
E. La communication, la culture et l'individu	20
F. Technique et technologie.....	27
G. Richesse culturelle et technologique.....	30
H. Technologie, culture, éthique démocratique.....	35
I. Dynamique art/culture, création artistique et art appliqué	41
J. Art et Innovation	43
K. Art comme expérience du monde	46

Conclusion Initiatives exemplaires

A. Enseignement/Formation/Ecoles d'Art	53
B. Centres de recherche.....	55
C. Expositions, Festivals et Colloques	58
D. Réseaux d'Artistes/Communautés Virtuelles.....	60