

## Arts numériques – Incidences et conséquences

### Arrivée des médias sociaux

- Avec les médias sociaux le moyen de communiquer devient de plus en plus important à cause des possibilités qu'ils offrent
- Commence alors la recherche d'un public. L'art numérique provoque une curiosité au sein de la critique professionnelle.
- Des artistes se réunissent en groupes en fonction d'une esthétique fonctionnaliste proche de celle du Bauhaus : démythification de l'objet artistique.
- Rejoindre un public très large voire un public non initié à l'art.

<http://www.memoireonline.com/08/07/547/art-numerique-mediation-mises-en-exposition-esthetique-communicationnelle.html>

### Moyens de communication et plateformes – disponibles en mars 2015

**Internet** = système d'interconnexion de machines qui constitue un réseau informatique - le réseau des réseaux qui transporte. Le Web étant l'une des applications d'Internet.

**Web 1.0** = sites de première génération. Contenus, produits, et hébergés par une entreprise, propriétaire du site. Utilisateur n'est qu'un lecteur de l'information. Stable.

**Web 2.0** = web participatif, web collaboratif - monde des médias sociaux, réseaux sociaux (blog, wiki, forum, Myspace, Facebook, YouTube, Twitter). Instable. Voir la Courbe de Gartner ou Hype Curve – ces technologies très à la mode ne connaissent pas toutes le succès : Apparition - Acceptation ou Rejet.

**Web 3.0** = web sémantique, web marketing - Tumblr, Wixi, Netvibes. Intégration Internet et GPS sur les appareils mobiles.

**Web 2.0 et Web 3.0** - technologies enregistrent l'ensemble de nos données et de nos visites. Par la suite elles sont analysées, traitées et comparées pour le e-commerce, le micro-marketing.

**Blog** = bloc-notes qui est un site web ou qui fait partie d'un site web.

**Forum** = espace virtuel qui permet à des gens de communiquer entre eux sur divers sujets.

**En ligne** = connecté à un réseau.

**Hôte** = ordinateur connecté à un réseau.

**Logiciel** = navigateurs Netscape, Explorer, Mozilla Firefox, Safari, Google Chrome.

## L'art numérique / L'esthétique des communications

**Quelles sont les possibilités et les implications des innovations numériques? Que devient l'objet « art »?**

**Selon l'esthétique académique**, faire de l'art, c'est répondre à des observations, des idées, des sentiments et des expériences vécues par la réalisation d'œuvres d'art « physiques » par le biais d'un processus réfléchi, critique et l'usage créatif et habile d'outils, de médiums, de techniques et de technologies.

**Dans l' Art numérique**, la production, la diffusion et la communication par les médias numériques deviennent l'objet artistique « numérique » et non « physique » l'œuvre qui en résulte est le moyen de communication plus que la création.

Aujourd'hui l'art numérique, rattaché aux arts médiatiques ou recherche/tendance sociologique exploratoire ?

## FRED FOREST

### Artiste du multimédia et des réseaux

Fred Forest est un des pionniers de l'art vidéo (dès 1967) puis du Net.art (1996). On lui doit aussi la paternité des « expériences de presse » (interventions sur les mass médias : presse écrite, radio.

### Pionnier de l'art vidéo en France

Il conçoit dès 1968 des environnements participatifs et interactifs en utilisant des dispositifs associant informatique et vidéo. Tour à tour, il intègre à ses œuvres et actions la presse écrite, la radio, le fax, le minitel, le téléphone, l'ordinateur, les écritures électroniques, la robotique, les réseaux télématiques et, aujourd'hui, Internet.

### Fondateurs de deux mouvements artistiques :

- **Art sociologique (1974)** – collectif fondé avec Jean-Paul Thénot et Hervé Fischer  
... se veut être une pratique qui emploie certaines méthodes de la sociologie (enquêtes, documentaires, etc.) afin de questionner de façon critique les rapports complexes entre arts et sociétés. Il s'agissait pour ce collectif de détourner les modes de communication et de diffusion de l'information selon une méthode de la perturbation : renvoyer au spectateur une image de son conditionnement, le faire participer, l'inciter à se rapprocher des médias et à porter sur eux un regard critique et contestataire.

### – Esthétique des communications (1983)

L'objectif des performances/actions de Fred Forest est de montrer en quoi les nouvelles technologies de communication et de transmission d'information modifient notre rapport au réel, à la réalité, au temps et à l'espace, faisant appel à des notions telles que l'ubiquité, l'immédiateté, le temps réel, les réseaux ou l'action à distance.

Fred Forest, sociologue et artiste numérique depuis les années 1960 a passé 40 ans de sa vie à revendiquer contre l'art contemporain et les milieux artistiques qui en faisaient leurs choux gras. En juin 2017 il sera l'invité du Centre Pompidou pour une rétrospective.

« J'ai prouvé par ailleurs tout au long de ma longue carrière que l'argent ne pouvait être le moteur de l'art et que seules l'énergie, la passion comme une certaine forme d'intelligence pouvait justifier le titre de se dire être un artiste. »

[http://fr.wikipedia.org/wiki/Fred\\_Forest](http://fr.wikipedia.org/wiki/Fred_Forest)

Artiste | Maître à penser | Chef de file

SEMINAIRE ESTHETIQUE DE LA COMMUNICATION 1995/96

« Nous entrons dans des zones de haute turbulence, qui requièrent la maîtrise d'outils nouveaux, en même temps qu'une restauration du sens éthique, qui ne pourra se faire, désormais, que dans une approche planétaire, cosmique et spirituelle, Le rôle de l'art et sa fonction dans l'ordre du symbolique s'avèrent plus que jamais fondamentaux pour ressourcer une société technique et marchande.

Nous faisons confiance à l'Homme, que nous croyons susceptible, à la faveur de nouveaux outils et d'un nouvel environnement technique et communicationnel, de dépasser sa propre condition.

Les intervenants du séminaire, artistes, penseurs responsables d'institutions, vont nous aider à mieux comprendre les enjeux qui, avec le développement des réseaux, affecteront directement notre société, ses représentations, son imaginaire, son sensible, notre... propre identité, en nous faisant prendre conscience que c'est l'idéologie même de l'Art, ses concepts, son organisation économique et sociale sa diffusion sa finalité et fonction, qui sont à rénover ou repenser, dans le monde qui se met en place, au seuil du troisième millénaire... »

<http://www.fredforest.org/drouot/seminaire.html>

## Incidences et conséquences

La généralisation de l'esthétique de la communication dans la société : le public élargi se constitue dans une communauté réelle ou virtuelle qui n'a d'autre fonction que de se relier (liens profonds avec notre culture actuelle des médias)

- genre artistique qui oscille entre force et fragilité;
- questionnements, réflexion sur une société qui se redéfinit à l'échelle planétaire par les outils qui sont les siens et qui ne finissent pas de se transformer;

- pratiques artistiques en quête d'identité;
- **L'ère numérique a contribué à l'élargissement des limites de ce que nous considérons être, ou non, de l'art.**

Approche qui découle de l'esthétique de la communication de Fred Forest.

« La communication n'est pas une simple opération de transmission d'informations(...) Elle est bien plus que cela : à la fois le lieu même et l'outil où se forge la réalité. »

Ce qui fonde « l'œuvre », ce n'est plus le support matériel ni sa représentation visuelle, picturale, mais ce qui précisément n'est pas perceptible à nos sens, tout en l'étant à notre sensibilité. L'espace de création et d'invention de l'artiste devient les réseaux de communication.

(Fred Forest, dans Louise Poissant, *Dictionnaire des arts médiatiques*, p.29).

\*\*\*Ce document constitue un bilan de recherches et de réflexions, en vue de préparer un dépliant : *L'Ère numérique et les arts*, qui sera distribué en 2015-2016 dans les écoles secondaires francophones de l'Ontario. Il n'engage que l'Association francophone pour l'éducation artistique en Ontario.

Pour enrichir le document ou le commenter [info@afeao.ca](mailto:info@afeao.ca)