

Art, mail-art, "mediart"

Pascal Durand

in CYBER - Flux et News
mardi 22 juillet 1997

Pascal Durand, maître de conférences à l'Université de Liège (section Information et Communication) a proposé le mot "mediartiste" pour rendre compte des pratiques artistiques qui, sur le modèle élargi du mail-art, dissolvent l'œuvre dans la dynamique de sa circulation médiatique. Explication et généalogie d'un néologisme.

Charles François : Tu viens d'achever un livre sur les "Poésies" de Mallarmé et ta thèse va faire l'objet d'une publication l'an prochain à l'occasion du centenaire de sa mort. Tu m'as dit avoir proposé dans l'introduction de ce travail, qui portait sur la trajectoire de Mallarmé dans l'espace médiatique et culturel de son temps, la notion de "mediartiste". Qu'entendais-tu au juste par là ?

Pascal Durand : J'ai introduit en effet ce mot-valise de "mediartiste" (sur le modèle de "mail-artiste" bien entendu) afin de rendre compte d'une pratique dont le souci essentiel touche non pas à l'œuvre en tant qu'objet fini à produire, mais en tant qu'objet destiné à circuler dans un espace social, dans un milieu symbolique diffus. Le mail-art repose déjà sur une telle dynamique : l'œuvre importe moins que son insertion dans le réseau postal et, du coup, moins que l'intervention du mail-artiste soucieux d'être présent et représenté par son acte dans le circuit de ses correspondants. Il m'a paru utile, pour élargir les choses à d'autres médias que la poste de construire un mot-valise englobant, désignant non seulement un artiste usant des moyens de communication quels qu'ils soient, mais surtout faisant de l'espace médiatique général le lieu même de son intervention.

C.F. : Ce qui revient donc à introduire la dimension télécommunicationnelle de l'acte artistique ?

P.D. : C'est substituer plutôt à la production de l'œuvre une sorte de téléproduction dont les acteurs sont, aussi bien, l'ensemble des participants au réseau où l'œuvre circule pour être reçue et relayée par eux. L'objet, à supposer qu'il ait besoin d'exister, tirera sa qualité propre de la "qualité" artistique de ses co-récepteurs. Cette conception de l'art est évidemment curieuse, mais on peut en faire l'archéologie ou la généalogie. Depuis 150 ans environ, l'art est passé par deux grandes révolutions. La première, que je situerais dans la seconde moitié du 19^e siècle, est celle qui voit, avec les impressionnistes et plus encore avec Cézanne, ou avec Mallarmé de son côté en poésie, l'acte de production s'emporter sur l'œuvre produite : celle-ci n'est plus que le résultat momentané sinon même le marqueur subsidiaire d'une expérience qui passe par elle sans s'y arrêter. Bien entendu, cette conception de l'œuvre d'art comme productivité formelle, il faut la référer à l'autonomisation de l'espace artistique, qui porte ses agents à se préoccuper essentiellement de technique et d'une réflexion théorique sur l'acte esthétique plu-

tôt que sur les sujets à représenter. C'est aussi que, depuis Flaubert ou Baudelaire, l'artiste est en grève devant la société et contraint, par son propre refus d'intervenir dans des questions morales ou politiques, à n'agir que dans les seuls domaines du style ou de la technique.

C.F. : Quelle serait alors la deuxième époque ?

P.D. : Elle commencerait après la Première Guerre mondiale, lorsque ce n'est plus même l'acte de production qui l'emporte sur l'œuvre produite, mais le processus de sa diffusion et d'investissement, au moyen d'elle, des réseaux et des musées ou espaces d'exposition de toute sorte. S'il fallait dater d'un nom ce basculement, ce serait bien entendu celui de Marcel Duchamp, sur lequel court dans la plupart des histoires de la peinture qui l'ont récupéré un contresens total, celui de croire que le ready-made — par exemple le fameux urinoir qu'il présente à l'Armory Show en 1917 avec la signature de R. Mutt — aurait eu pour enjeu de manifester la puissance signifiante de l'artiste-créateur. Pas de vision plus réductrice de l'acte posé par Duchamp, qui consiste certes à signer mais surtout à montrer que la signature n'a de puissance symbolique qu'à partir du moment où l'artiste qui signe appartient à un milieu qui lui reconnaît cette puissance. Bourdieu l'a montré : Duchamp aurait-il été un illustre inconnu, aucun ready-made n'aurait pu passer pour une œuvre d'art. Pour que l'opération réussisse et que finalement le ready-made entre au musée (ce qui est un autre contresens, ironiquement prévu par Duchamp), il fallait que l'artiste soit déjà reconnu dans le milieu de l'avant-garde, comme post-impressionniste, comme pré-cubiste, etc. Ce qu'on sait peu, d'ailleurs, c'est qu'en réalité l'urinoir a été refusé à l'Armory Show, dans le comité duquel figurait Duchamp lui-même... Ce que Duchamp révèle aussi et dénonce du même coup, c'est que l'œuvre n'existe pas comme objet en soi, mais qu'elle est inséparable à la fois du crédit culturel accumulé par l'artiste et du contexte d'exposition où elle apparaît. Et ce qu'il dénonce là, bien entendu, c'est aussi bien l'époque antérieure de l'œuvre d'art, où l'artiste se représentait comme un producteur adhérent à sa signature.

C.F. : Duchamp est-il déjà alors un mediartiste ?

P.D. : Il l'est à sa façon dans la mesure où, comme le fera plus tard de nous un Hans Haacke, il rend l'œuvre inséparable de son support-objet (avec quoi elle se confond : pelle à neige, urinoir, porte-bouteilles), de son espace d'exposition et de l'appartenance de l'artiste au réseau artistique. Il l'est plus encore lorsqu'il adresse aux organisateurs d'une grande exposition à New York, en fait d'œuvre, un télégramme portant la seule mention "Peau de balle" : pur message et pur pied-de-nez adressés à l'institution artistique.

C.F. : Tu as soutenu que Mallarmé était, sur ces points, un

précurseur de Duchamp et donc un proto-mediartiste...

P.D. : Oui, ça me paraît évident et peut-être même est-il davantage mediartiste que Duchamp. On en a les traces, sa pratique et tout le discours théorique dont il l'encadre le confinement. Pour qu'il y ait mail-art ou "mediart", il faut la rencontre de trois facteurs (si je puis dire) ou de trois dimensions. La première dimension est celle de la régularité pratique. Tout utilisateur de la poste n'est pas un mail-artiste et tout usager de l'e-mail n'est pas un mediartiste. Et il ne suffit pas d'injecter dans le réseau un message devant pour être l'un ou l'autre. Il faut une pratique régulière, que ça devienne presque un rituel. Il faut être présent sur le réseau presque en permanence ou en tout cas avec une régularité suffisante

et tout le système postal véhiculant cette enveloppe sont tenus de déchiffrer le texte poétique qu'elle comporte en fait d'adresse. Il en a produit en grand nombre et, à son étonnement, chaque lettre est arrivée à destination : les facteurs se sont révélés meilleurs lecteurs de Mallarmé que ses exégètes académiques...

C.F. : Ces textes sont-ils du vrai Mallarmé ?

P.D. : Ils sont à peine plus simples et plus ludiques que les "Poésies", et l'on y retrouve toutes les caractéristiques de son écriture. Je tiens même qu'il faudrait relire les poésies dites sérieuses à la lumière de ces quatrains dits frivolos : toute notre lecture de Mallarmé en serait bouleversée.

C.F. : Il y a donc cette régula-



Entrée(s) de l'art et oléo(s) de la technique : dans les Jardins de Venise (à l'ombre du Pavillon Belge), Charles François observe les techniciens des télécoms italiens tenter vainement d'établir un contact ISDN avec le Cybertheatre de Bruxelles. La téléconférence organisée le 15 juin après-midi par le Club Media Belgium, avec Pier Luigi Tazzi à Bruxelles, Germano Celant à Venise et quelques mediartists ne pourra avoir lieu. Baptiste Cadlou le technicien du Cyber Theatre décide d'arrêter les essais vers 18H00...

pour que ceux qui font de même puissent vous reconnaître comme étant des leurs. La deuxième dimension nécessaire est une conscience théorique de l'acte posé. Le mediartiste est celui qui non seulement a cette pratique régulière mais qui, en outre, la pense, la théorise, la conceptualise. Troisième dimension : il faut une conscience critique. Pas question de déporter vers le réseau ou les médias le fétichisme esthétique jadis associé au livre, à la toile ou à la partition...

C.F. : Mallarmé articulait-il ces trois dimensions ?

P.D. : Le Mallarmé dont je parle, c'est d'abord celui des "Vers de Circonstance" et l'auteur de proses critiques parmi les plus lucides sur les articulations entre art et médias, culture d'élite et culture de masse. Mallarmé provincial est Parnassien. Quand il monte à Paris, il lance une revue de mode, qu'il rédige d'un bout à l'autre sous divers pseudonymes (la plupart féminins) : descriptions de patrons, conseils sur l'éducation et la culture, chroniques mondaines, menus, correspondance avec les abonnés (où il fait les questions et les réponses : il n'y a pas d'abonnées). Et, dès qu'il arrive à Paris, il prend cette habitude, qui ne le quittera plus, de rimer sur ses enveloppes, en quatre octosyllabes, l'adresse de ses destinataires, de telle manière que le facteur

alexandrins seraient autant de lignes d'une même épithape.

C.F. : Où situes-tu la dimension critique ?

P.D. : Elle est, précisément, dans l'effet-retour des quatrains postaux sur les sonnets sérieux et dans le fait que Mallarmé ne cesse de souligner que l'écriture poétique en général est la production d'une "mentale détreée" n'ayant de sens qu'à l'intérieur d'un espace symbolique, celui des pairs auxquels on s'adresse et pour qui — et donc à qui — l'on écrit. Dans l'autobiographie qu'il rédige en 1885 à l'intention de Verlaine, il y a un passage tout à fait décisif à cet égard : "Je considère l'époque contemporaine comme un interrègne pour le poète, qui n'a point à s'y mêler : elle est trop en désuétude et en effervescence préparatoire pour qu'il ait autre chose à faire qu'à travailler avec mystère en vue de plus tard ou de jamais et de temps en temps à envoyer aux vivants sa carte de visite, stances ou sonnets, pour n'être point lapidé d'eux s'ils le soupçonnaient de savoir qu'ils n'ont pas lieu." Ce que je souligne dans cette phrase singulière, qui a toujours été lue comme l'expression d'un poète retiré du siècle, refusant de se mêler à une société qu'il juge décadente ou livrée au pouvoir des foules montantes, c'est l'idée du sonnet-carte de visite, c'est-à-dire du sonnet s'écrivant essentiellement parce qu'il s'agit de faire savoir aux gens du milieu qu'on est toujours là, qu'on existe toujours, qu'on est artiste participant au rituel culturel de son temps et que, d'une certaine manière, sans le leur dire, on alimente la demande et le réseau avec des œuvres qui prendront tantôt la forme d'un sonnet, tantôt d'une prose théorique, tantôt d'un quatrain postal. C'est cette même conscience critique, qui vide l'œuvre de toute substance pour y loger exclusivement l'espace social où elle circule, qu'on retrouvera dans le projet du "Livre" auquel "tout au monde existe pour aboutir". Sorte d'hyperlivre avant la lettre, par fusion de plusieurs médias et implication des utilisateurs dans le dispositif combinatoire d'un Texte dès lors infini, "grande machine à mettre en branle", disait Mallarmé. Lequel envisageait, on le sait, de produire ce texte sous la forme d'un livre sans reliure, avec permutation possible des feuillets et séances individuelles ou collectives de manipulation combinatoire. Bien sûr, il y avait dans tout cela une dimension conceptuelle et une tournure ironique générale, essentielles à l'acte critique dont je parlais tout à l'heure. La parodie de l'acte mediartiste est partie constitutive de cet acte. Mallarmé aurait-il publié les esquisses du livre qu'il avait écrit, en effet, "lapidé" par ses contemporains...

C.F. : Revenons à l'Internet. Média chaud ou média froid ?

P.D. : C'est amusant que tu fasses allusion aux catégories de McLuhan : le grand prêtre de l'Église cathodique s'est beaucoup intéressé à Mallarmé... Mais, pour répondre à ta question, je dirais d'abord que, comme il y a un contresens avec Duchamp, il y a aussi un contresens à ne penser Internet que comme l'exploitation en réseau du multimédia. Ce n'est pas l'addition des médias qui en fait la nouveauté ou l'efficacité, c'est évidemment l'hyperconnexion et le fait que, d'un clic de souris, l'utilisateur qui joue le jeu est emporté dans un véritable labyrinthe planétaire, sans savoir où il va, sans savoir par où il passe et surtout sans savoir où commence et où s'arrête l'hypermessage qu'il parcourt. En ce sens, Internet est très certainement, au sens de McLuhan, un média froid : il suppose un engagement du récepteur et livre un message à contours flous, puisque ce message n'est jamais achevé, tout lien hyper-textuel menant à une continuation du message. Pour terminer sur un autre poète, liégeois celui-ci, j'aimerais citer François Jacquin. Il avait l'habitude, très mallarméenne au fond, d'adresser ses vœux sur des fiches peintes de sa main et comportant une sorte de maxime poétique. La dernière carte que j'ai reçue de lui portait : "Celui qui sait toujours où il va doit se considérer comme égaré". C'est, me semble-t-il, un bon mot de conclusion, et une excellente définition poétique de l'effet labyrinthe propre à l'hypermédia Internet.

C.F. : Nous y sommes à ce fameux Livre : c'est le World Wide Web...

P.D. : Oui, oui : <http://www.mallarmé.com>. Sans rire : je n'ai pas assez de place ici pour montrer que Mallarmé n'anticipe pas Internet, mais figure dans une configuration historique et technologique dont

Pascal Durand, merci.