

PROBLEMATIQUE DE LA VIDEO  
DANS LE MONDE CONTEMPORAIN  
ART, INDUSTRIE, CULTURE  
MONO ET MULTI-VIDEO

---

1. Toute civilisation, toute société est la mise en oeuvre dans l'espace et dans le temps d'une énergie qui combine :  
1) le pouvoir d'émettre, 2) le pouvoir de diffuser, 3) le pouvoir de contrôler.
2. Le modèle occidental s'établit sur la triple hégémonie du scientocentrisme, de l'économocentrisme et du technocentrisme dont la seule valeur-clé est l'efficacité, que toutes les nations honorent sous le nom de développement.
3. Dans la mise en oeuvre de l'énergie sociale que constituent les mass media, il convient de distinguer :
  - a) la macro-télévision ou télévision de masse (officielle ou commerciale),
  - b) la méga-télévision ou télévision par satellite qui en est à ses débuts,
  - c) la méso-télévision ou télévision locale à vocation communautaire,
  - d) la micro-télévision ou télévision individuelle ou de groupe dont l'instrument est l'appareil video.
4. Les media donnent lieu à un malentendu qu'il convient d'élucider
  - a) les macro et méga-télévisions sont moins des moyens de communication que des instruments de diffusion, pour ne pas dire des appareils de diffusion,
  - b) seules la méso-télévision (communautaire) et la micro-télévision (video) sont véritablement en mesure d'accéder à la communication, qui signifie échange.
5. Le paradoxe de l'art video est d'être "marginalisé" tant par rapport aux arts plastiques que par rapport aux organes de télévision.

- a) par rapport aux arts plastiques, lui manquent au moins trois facteurs : des collectionneurs; des institutions spécialisées; un marché.
- b) Par rapport aux organes de télévision l'art video, tout en recourant à la même technique, marque une différence de nature.
6. Rappel des origines de l'art video qui compte aujourd'hui quelque deux décennies et des principales voies qu'il a ouvertes.

7. J'appelle mono-video la bande que l'artiste crée et dont la destination est de passer soit sur un moniteur, soit sur un écran TV. C'est à ce jour la production la plus large. La mono-video prédispose à la fondation de videothèques, le rangement des cassettes, leur expédition sont peu onéreux; d'où leur nombre lors de confrontations internationales.

8. J'appelle multi-video toutes les créations qui comportent plusieurs écrans (sans se confondre avec un spectacle multi-écrans) dont le propre est de substituer à la relation bipolaire de la mono-video un espace multipolaire, voire multitemporel dans lequel les participants sont appelés à s'engager à plusieurs niveaux.

Au sens large, la multivideo comprend les video-sculptures, les video-environnements, aussi bien que les installations video qui font souvent intervenir des objets ou des accessoires étrangers à la seule électronique.

Le désavantage de la multi-video est d'exiger un matériel relativement considérable qui pose des problèmes d'implantation et de transport fréquemment onéreux.

Qu'il s'agisse de mono ou de multi-video, la finalité des artistes est la même : rompre avec la topique des media pour créer le changement.

J'appelle topique l'ensemble des conditions qui règlent le fonctionnement d'un medium de la production à la réception. Ainsi la topique de la télévision se fonde sur l'établissement de genres qu'on retrouve partout et dont les deux impératifs sont la forme du récit et la prétention au réalisme.

Le système s'enferme dans l'illusion référentielle d'une part, dans la collusion révérentielle (celle du public) d'autre part.

9. Tous les artistes video, ou presque, rompent avec ce schème en recourant au moins à deux effets :

- a) l'effet de dis-location par lequel les artistes s'en prennent à la topique TV pour en démonter les structures, souvent de façon ironique;
- b) l'effet de re-location par quoi j'entends la création de situations nouvelles, susceptibles de modifier les relations entre les participants.

S'il n'est pas possible d'entrer dans le détail de celles-ci, il est néanmoins possible d'affirmer qu'elles visent toutes à briser la chaîne irréversible établie par la TV entre, d'un côté les producteurs, de l'autre les consommateurs.

10. Le défi est d'autant plus impérieux que se développe, depuis quelques années à peine, le marché video grand public. Pour les constructeurs, l'objectif est de vendre le plus grand nombre d'appareils possible et simultanément de vendre le plus grand nombre possible de programmes destinés à les alimenter.

Le marché des cassettes préenregistrées, avec lequel commence peut-être la plus prodigieuse production audiovisuelle à venir, propose au grand public, dans un ordre approximatif décroissant : les films, la pornographie, le divertissement, les jeux, l'animation, la formation...

Dans tous les cas, il s'agit pour les amateurs (dont les constructeurs s'efforcent d'en susciter au moins un dans chaque foyer) d'acheter un produit fini sur le marché de masse, risque d'autant plus grand que les constructeurs s'attachent déjà à équiper chaque famille, non seulement d'un magnétoscope, mais d'un environnement audiovisuel complet !

11. Dénonçant l'illusion référentielle des media et la collusion révérentielle de leur topique respective, dont le marché ne cesse d'accroître le pouvoir, les artistes video démystifient par anticipation le "bonheur audiovisuel" qui nous

est promis et dans lequel, si nous n'y prenons pas garde, nous serons bientôt immergés.

73. A la manière d'un Descartes, les artistes video tentent de fonder un nouveau cogito. La substance de l'être ne ressortit pas à la seule pensée conceptuelle; elle passe, ou peut passer aujourd'hui par l'image électronique.

Dans la foulée de Freud, ils explorent les profondeurs de l'inconscient, non plus pour en tirer une théorie, mais pour les rendre à la fois visibles et sensibles (nombre d'installations video sont une mise en maquette de nos mécanismes psychiques les plus secrets). Rompant avec la production de masse, livrée au divertissement, l'esthétique du changement qu'ils inaugurent nous achemine au vif du sujet que nous sommes. La philosophie (l'amour de la sagesse), qui s'étirole dans les universités, et que les media, sophistes de masse, prétendent réduire à l'état de folklore, serait-elle en passe de renaître quand l'artiste video, tel Socrate, se met à interroger le monde et nous interpelle, chacun de nous, sans dérobade possible ?

René Berger