

Zeitschrift: Schweizer Kunst = Art suisse = Arte svizzera = Swiss art

Herausgeber: Visarte Schweiz

Band: - (2002)

Heft: 1: Bad Girls go everywhere ; Good girls go to heaven

Artikel: Conditions de production en nouveau media

Autor: McCarty, Marlene / Marcus, Jon / Schindler, Annette

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-624672>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

savoir. Mais le fait est que cette dérégulation et cette maximisation excessives des bénéfices se basent sur l'utilisation actuelle des brevets et des droits d'auteur puisque les lois en vigueur offrent à l'industrie dépendante du copyright un instrument qui lui permet de contrôler le savoir ou même, à force de vouloir profiter, de le rendre inaccessible.

Malheureusement, la situation juridique actuelle n'a pas non plus obtenu que les créateurs de culture n'aient pas besoin d'occupation secondaire ou de mécènes en vue. Pour atteindre

une amélioration sur une large échelle du statut des créateurs de culture, il faut que de nouveaux types de distribution plus directs évitent de plus en plus les labels à but lucratif, les galeries, les éditions et les producteurs et que l'impôt culturel oblige les bénéficiaires de l'exploitation de la culture à reverser une partie de l'argent gagné directement dans la production culturelle.

Ce texte est soumis à la licence Free art Version 1.0 <<http://copyleft.tsx.org>> et peut être réutilisé conformément à ses dispositions.

Conditions de production en nouveau media

Interview avec Marlene McCarty, Jon Marcus et Annette Schindler de Edith Krebs

L'artiste du web américaine Nathalie Bookchin, parle «d'Internet, qui, comme tout le matériel maniable des artistes, est bon marché, rapide et malléable.» Vuc Cosic – considéré par certains comme le père de l'art Internet, – utilise sa contribution en ligne à [plug.in] pour analyser le fait que «entre une larve d'idée brute et sa pleine réalisation et sa distribution mondiale, il s'écoule parfois moins d'une minute.» Pour une grande partie, ce que l'on entend par nouveaux médias garantit aux artistes leur autonomie, à condition qu'ils soient équipés de l'infrastructure nécessaire. Cette autonomie les libère non seulement des musées et de leurs relations publiques, mais aussi de la charge financière qu'entraîne la production conventionnelle de l'art – les coûts de matériel, de transport, d'assurance, d'entreposage, de location et d'entretien d'atelier etc.

A cela s'oppose directement le travail effectué avec les nouvelles technologies ayant des interfaces physiques plus complexes, des capteurs, des synthétiseurs, etc. Dans ce domaine, il devient de plus en plus difficile d'emboîter le pas au développement de la technologie, qui avance à une vitesse fulgurante, tout en fournissant entre-temps un contenu artistique. L'activité de production offerte par [plug.in] est donc davantage comparable à la collaboration entre un producteur et un directeur de film qu'aux relations contractuelles plus conventionnelles qui gouvernent le marché de l'art. L'art médiatique implique les efforts conjoints de l'artiste, qui fournit une vision des contenus et du design, et du producteur qui fournit le savoir-faire, le réseau et les ressources nécessaires pour assurer la transposition de l'œuvre sur un plan pratique.

EK: Marlene McCarty, vous travaillez actuellement sur un projet qui sera réalisé en collaboration avec killer films et [plug.in]. Pourriez-vous nous le décrire?

MMCC: Pendant 6 ans, je me suis occupée de créer un cycle de dessins, de grands portraits de vie de jeunes femmes matricides. Comme un critique d'art l'a dit, les dessins « demandent un engagement monumental du spectateur, ils exigent que nous nous y absorbions.» Cette déclaration prend un sens littéral dans MARLENE OLIVE: un projet de réalité virtuelle en confrontation.

Marlene Olive est un dessin qui fait partie du cycle POLTERGEIST: GIRLS AT HOME. Le désir d'intensifier la tension existant déjà entre le sujet et l'objet du dessin et le spectateur est l'élan fondamental de la création de Marlene Olive, installation de réalité virtuelle interactive.

La pièce est conçue pour une présentation stéréoscopique, soit dans une CAVE de six côtés (un grand cube avec des projections d'ordinateur sur ses six faces intérieures) soit sous une autre forme de projection. Pour le spectateur/participant, le sujet ne sera pas perçu comme plat sur l'écran mais en trois dimensions. Le lien direct avec le cycle POLTERGEIST: GIRLS AT HOME est que le matériel visuel doit être dessiné.

Dans un tel environnement, le spectateur ne regarde pas simplement Marlene Olive, mais il en fait l'expérience réelle. Il peut tourner autour d'elle, parler avec elle et être littéralement absorbé par elle. MARLENE ne sera pas une sculpture statique mais plutôt une installation sculpturale ayant des implications théâtrales et cinématographiques. Les actions des specta-

teurs/participants vont affecter cet environnement. La génération d'espace à l'intérieur de l'installation interagira avec les mouvements du corps du spectateur/participant. Le spectateur/participant ne peut pas être passif dans une telle installation. S'il choisit l'option de la passivité, l'installation sera fermée. En termes simples, par l'usage d'un environnement de réalité virtuelle. Mon intention est de magnifier la friction déjà vécue entre les dessins et le spectateur. La nouvelle technologie peut éléver ou accélérer ce qui a été traditionnellement une relation passive en une relation de participation.

Un de mes objectifs est d'étendre les limites de la Réalité virtuelle conventionnelle pour émuler certains des moyens cinématographiques les plus simples. Mon travail tend vers un cinéma immersif. La technologie virtuelle promet une immersion totale mais en fait, on est inévitablement déçu. Soit la mondanité du «jeu» (trouver votre chemin dans un labyrinthe et tuer les choses qui s'en prennent à vous), soit les limitations physiques réelles de la technologie (ceci est un casque énorme et lourd où je ne peux pas même tourner la tête) tendent à empiéter sur l'expérience de l'utilisateur. Le sujet typique de la réalité virtuelle est un assaut, un raz-de-marée de stimulation vide de matière-sujet, c'est pourquoi la Réalité virtuelle n'atteint que rarement même le niveau de la «suspension de l'incrédulité» que produit le film le plus simple.

Le spectateur ne va pas simplement consommer mais véritablement créer. MARLENE, la fille, est construite. Suivant le choix du spectateur/participant, elle se transforme en diverses identités. Sa transformation mime la construction du moi dans l'adolescence et fait acte d'allégeance inconfortable aux idées de la mimésis féminine.

EK: Qu'est-ce qui vous a incitée à collaborer avec Killer Films et [plug.in]?

MMCC: La collaboration avec Killer et Plug-In s'est faite de manière très organique. Ce n'est pas que j'avais décidé de faire ce projet puis que j'ai pensé: «Tiens, Killer et Plug-in pourraient m'aider.» En fait, j'avais commencé à travailler avec Killer Films sur l'idée de faire un court-métrage numérique. Ils essayaient d'agrandir leur activité numérique et j'avais justement cette formidable histoire de Marlene Olive. Nous avons commencé à discuter, et l'idée du numérique a pris de l'ampleur. Pour moi, la grande question était : «si nous utilisons un format numérique, pourquoi nous contentons-nous d'imiter les films démodés?». A

ce stade, l'idée a commencé à virer vers un concept qui serait basé plutôt sur la virtualité que sur la production de films. Peut-être vaut-il mieux dire que vu les possibilités du domaine numérique, l'idée du film s'est étendue à un domaine immersif. A cette époque, j'étais en relations avec Annette qui venait d'être nommée directrice de plug-in et qui a manifesté de l'intérêt pour le projet. La collaboration entre Killer et Plug-in semblait bien convenir. Killer a une immense expérience de la production de films et [plug.in] offrait le maximum en gestion de technologies nouvelles.

EK: Jon, quel type de savoir-faire de Killer Films va contribuer à cette collaboration?

JM: La production commerciale de films, notre premier domaine d'activités, est très orientée sur des objectifs. Nous produisons constamment des films qui sont connus tant pour la qualité de notre produit que notre faculté de réaliser sans faire de compromis. Nous avons créé une affaire en réalisant les visions très exigeantes et particulières des artistes dans un contexte commercial. Nous sommes spécialisés dans la recherche de financement, dans l'analyse de la réception potentielle, et dans la supervision méticuleuse de tous les détails les plus infimes pour faire émerger une vision entièrement articulée de la tête d'un artiste et la diffuser dans le monde.

EK: Annette, décrivez-nous le rôle de [plug.in] dans le processus de production

AS: Le rôle de [plug.in] sera de fournir du savoir-faire dans diverses technologies qui sont actuellement utilisées dans l'art médiatique, de sorte que nous pouvons facilement trouver laquelle est la mieux adaptée à notre projet. Nous pouvons profiter du savoir-faire ici à Bâle et en Suisse. Nous avons également établi de nouvelles connexions avec les universités et les instituts de recherche qui travaillent sur les technologies qui nous intéressent. [plug.in] organisera la première de l'installation lorsqu'elle sera terminée, et mettra en œuvre son nouveau réseau européen artistique et médiatique afin d'en promouvoir la présentation auprès d'un plus large public.

EK: Killer Films est une entreprise de production cinématographique qui apparemment accroît sa production de projets sur les nouveaux médias. Serait-ce que Killer films transfère son intérêt sur les arts visuels?

JM: Je ne crois pas qu'il s'agisse obligatoirement d'un transfert; Killer Films a une longue tradition d'intérêt pour les arts visuels. Les films que nous faisons ont toujours été guidés par une puissante vision d'artiste. Killer Films tient son nom du premier film réalisé par la photographe Cindy Sherman, OFFICE KILLER. Nous avons produit des œuvres média avec des musées dans lesquels nous avons projeté plusieurs fois nos films, et nous considérons tout à fait le film comme un art visuel. Marlène McCarty a dessiné nos titres de films pendant des années, et cette forme d'expression est en train de devenir une forme d'art à part entière.

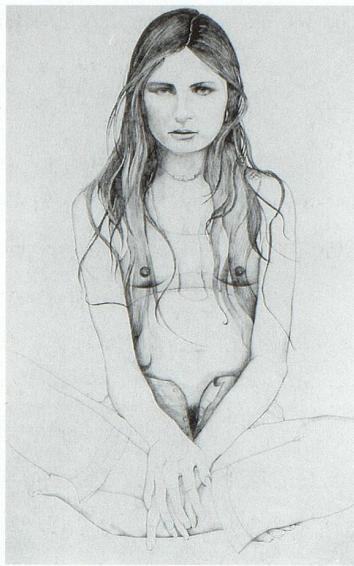
Travailler avec Marlène sur un projet nouveaux médias a été la conséquence toute naturelle de ce que nous avions toujours fait plutôt qu'un transfert de centre d'intérêt calculé.

EK: Dans votre expérience, Jon, en quoi la production d'une œuvre d'art média diffère-t-elle du travail sur un film?

JM: La production de n'importe quel film ou projet média est dictée dans une large mesure par le public-cible et la manière dont le projet entre dans le monde du commerce. Nous avons assez de liberté dans notre processus de développement pour jouer avec une idée artistique pure et arriver à ce que l'artiste l'articule le plus clairement possible. Les différences se font sentir clairement dans la phase de production: avec un film, on profite d'une industrie très bien établie et d'un réseau de distribution, et l'on peut calculer assez exactement où le film trouvera un public dans ce cadre. D'emblée, avec une œuvre nouveaux médias, nous devons d'abord découvrir non seulement qui va le voir mais aussi comment il va être vu et qui bénéficie à la fois de la création et de sa réception auprès du public. Et nous devons forger une relation financière entre ces bénéficiaires.

EK: Annette, vous êtes au courant de l'art traditionnel et des nouveaux médias. En termes de production, quelles sont les différences entre les deux?

AS: La plupart des projets d'art sont produits par les artistes à eux seuls, ils achètent le matériel, élaborent un concept ou se jettent directement dans le travail. Une fois l'œuvre terminée, elle passe à la galerie ou attend dans le studio que les conservateurs viennent la découvrir. Il est assez nouveau que les



musées et galeries commandent des œuvres d'art aux artistes pour des expositions ou des espaces déterminés. Dans ce cas, le plus fréquemment, l'institution ne fait que couvrir le coût de production, et n'y participe qu'à peine.

Une des difficultés majeures que rencontrent les artistes des nouveaux médias est la vitesse à laquelle la technologie se développe et devient obsolète. Dès qu'ils maîtrisent un instrument, de nouvelles versions apparaissent sur le marché. Ils ont donc intérêt à développer le contenu et à collaborer avec un producteur

qui emboîte le pas au développement technologique. De plus, le producteur peut fournir des contacts avec les programmeurs, scripteurs, concepteurs d'interfaces, animateurs, etc, dont les connaissances spécialisées sont nécessaires à la production. Enfin, nous devons fournir de nouvelles stratégies de distribution de ces œuvres d'art – puisqu'elles n'entrent pas dans le modèle de l'exposition collective ni dans d'autres formats conventionnels de médiation de l'art.

EK: Marlène, quelle est l'influence de vos partenaires de production sur vos idées artistiques? Et s'il y a influence, qu'est-ce qui a changé?

MMCC: Il existe une grande idée générale de ce que ce projet devrait être. Il a un objectif à atteindre. (L'objectif est d'immerger le spectateur dans une relation avec Marlène Olive. Cette expérience doit se faire à un degré de tension élevé. La tension d'interaction personnelle du spectateur devrait être plus immédiate que dans un film ou une œuvre d'art statique.) Je crois que cette idée n'a jamais changé, nous avons seulement une autre idée de comment arriver à ce but. Par exemple, l'idée originale était de filmer numériquement un ou plusieurs acteur(s) et de «travailler» ce métrage pour qu'il puisse devenir un environnement virtuel. Cela impliquerait de faire du métrage numérique filmé une information stéréoscopique interactive qui pourrait fonctionner en temps réel de réalité virtuelle. Par la recherche des trois parties, nous avons appris que, bien que la technologie soit très prometteuse, tout n'est pas faisable. Et spécifiquement, ceci n'est pas faisable ... maintenant. Bien sûr, il y a dû y avoir une recherche et un regroupement importants pour trouver ce que la technologie peut faire effectivement pour nous amener à

notre but. Ainsi, aujourd’hui, notre position indique que nous devons faire usage d’un personnage animé ou de métrage filmé stéréoscopiquement, mais nous sommes contraints de créer une situation qui fait l’effet du temps réel mais qui ne l’est pas.

EK: Quelle est l’influence de la technologie sur vos décisions artistiques?

MMCC: Ma vision artistique est inébranlable. L’itinéraire que je suis pour y arriver est complètement déterminé par des capacités technologiques. On pourrait dire que la technologie influence la manière de raconter l’histoire, mais l’histoire elle-même ne change pas.

EK: Jusqu’où va votre connaissance de la technologie?

MMCC: Mon savoir-faire technologique est minimal. Une de mes activités commerciales est de créer des séquences de titre pour des films, ce que je fais depuis douze ans. C'est-à-dire que j'ai dû suivre toutes les avancées de la technologie de cette industrie pour rester à jour. Mais très vite, j'ai compris qu'il était plus efficace pour moi de savoir comment trouver les experts de chaque développement plutôt que d'essayer d'être l'experte moi-même. Je suis trop lente. Voilà pourquoi j'ai une grande habitude de travailler avec d'autres personnes sur une technologie que je ne maîtrise pas mais que je connais assez bien pour diriger ma vision.

EK: Est-ce que vous, Marlene, vous vous considérez comme l'auteur de l'œuvre? Ou l'équipe entière signe-t-elle?

MMCC: Oui, je me considère comme l'auteur de cette œuvre, et comme dans toute production de film, il y a de longues discussions et négociations sur le partage du crédit du projet. Dans un projet de cette taille, les idées viennent de toutes les directions et je souhaite que toutes ces personnes reçoivent le crédit qu'elles méritent. Je crois pouvoir dire que l'auteur n'en aura pas le monopole. Les autres membres de l'équipe recevront la part qui leur est due.

EK: Il y a des musées qui commandent des projets d'art média-tiques. Que pensez-vous de l'idée en tant qu'artiste? Ou préférez-vous travailler de manière indépendante et/ou choisir vos partenaires vous-même?

MMCC: Je n'ai jamais été très douée pour l'art de commande. J'ai fait des quantités de design pendant les 20 dernières années et, même si c'est de l'art de commande, je trouve

cela très facile. C'est un problème spécifique à résoudre, je trouve que les commandes des musées ou autres institutions artistiques peuvent être un faisceau de messages divers ... voici de l'argent ... faites-en quelque chose, une idée réalisée librement ... mais assurez-vous que cela représente au moins une partie de nos idéaux ... et n'oubliez pas de nous dire vos intentions pour que nous soyons sûrs que le Comité est d'accord ... Personnellement, je trouve que c'est la recette du moindre mal, si ce n'est pas le désastre. Inutile de dire que je dois travailler en indépendance. Certains ne le doivent pas, je les envie mais je ne peux pas faire autrement. J'ai aussi besoin de tout le temps qu'il faut pour trouver la solution adéquate. Je ne peux pas m'atteler à une solution pour une ouverture qui figurait au calendrier du musée depuis deux ans.

EK: Mis à part le projet concret: quelle est pour vous, Annette, l'infrastructure/base de production idéale?

AS: En ce moment, le maillon faible de la chaîne est la recherche de fonds. Les projets média tombent souvent à travers les mailles du filet des subventions d'œuvre (qui fonctionne bien en Suisse). Parfois, les membres du Comité n'ont pas de critères pour juger les projets, parfois les fondations ne financent que le transport et l'assurance, – donc nous n'avons pas droit à la subvention. Malheureusement, l'industrie TI n'a jamais vraiment fait preuve d'engagement substantiel pour les arts, même lorsqu'elle réussit.

A mon avis, la production devrait fonctionner comme une plate-forme, capable de mettre en relation les artistes et les fournisseurs de technologie en fonction des individus et des besoins. En ce sens, les initiateurs de [plug.in] ont pris une très sage décision d'aller dans ce sens plutôt que d'édifier un parc d'équipements qui ne serait jamais à jour et dont l'offre serait toujours limitée. Pour le moment, [plug.in] ne peut participer qu'à très peu de ces collaborations de production – tout simplement parce que nous n'avons pas assez de ressources humaines. Nous recommandons la recherche technologique pour chaque projet. Nous aimerais étendre notre équipe et notre réseau pour disposer de plus de savoir-faire et offrir nos services à plus d'artistes – ainsi qu'à d'autres institutions qui nous sollicitent de plus en plus.

Ce texte est soumis à la licence Free art Version 1.0 <<http://copyleft.tsx.org>> et peut être réutilisé conformément à ses dispositions.