

## Giorgia Aiello, Communication, espace, image

Simone Fehlinger

---



### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/critiquedart/98058>

DOI : [10.4000/critiquedart.98058](https://doi.org/10.4000/critiquedart.98058)

ISSN : 2265-9404

### Éditeur

Groupement d'intérêt scientifique (GIS) Archives de la critique d'art

### Référence électronique

Simone Fehlinger, « Giorgia Aiello, Communication, espace, image », *Critique d'art* [En ligne], Toutes les notes de lecture en ligne, mis en ligne le 01 décembre 2023, consulté le 19 décembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/98058> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/critiquedart.98058>

---

Ce document a été généré automatiquement le 19 décembre 2022.

Tous droits réservés

---

# Giorgia Aiello, Communication, espace, image

Simone Fehlinger

---

- 1 « Je déteste la culture visuelle<sup>1</sup> », déclare la théoricienne et critique d'art Rosalind E. Krauss en 1997.
- 2 Le « Questionnaire sur la culture visuelle », publié dans le numéro 77 de la revue *October*, cofondée et coéditée par Krauss, est introduit comme suit : « On a suggéré que le projet interdisciplinaire de la culture visuelle n'était plus organisé selon le modèle de l'histoire (comme l'étaient des disciplines comme l'histoire de l'art, l'histoire de l'architecture, l'histoire du cinéma, etc.) mais suivant le modèle de l'anthropologie<sup>2</sup>. » Dans *Culture visuelle : images, regards, médias, dispositifs*, Andrea Pinotti et Antonio Somaini retracent l'émergence et le développement des *visual culture studies* anglo-américaines et les *Bildwissenschaften* allemandes qui, depuis le début des années 1990, explorent effectivement les images avec une approche anthropologique, tenant compte de « tous les aspects formels, matériels, technologiques et sociaux qui contribuent à situer des images et des actes de vision dans un contexte culturel précis » (p. 5). En rappelant que le concept de « culture visuelle » apparaît dès les années 1920, Pinotti et Somaini citent (entre autres) l'historien de l'art Aby Warburg, qui définit un style non pas seulement en tant qu'analyse purement descriptive, mais comme l'expression artistique qui capte, traduit et actualise des conceptions du monde à travers les images (de haute et de basse culture) et les époques. Si les *visual culture studies* s'intéressent principalement à la dimension politique et construite de toute représentation visuelle, les *Bildwissenschaften* étudient surtout les images dans leur contexte technico-matériel. Générées par nos appareils techniques, les images (ou « images-pictures » en référence à W.J.T. Mitchell) seront des résultats des « *Kulturtechniken* », les « techniques sur lesquelles se fondent les opérations qui composent la trame d'une culture » (p. 49). Dans cette perspective, la « grille », comme discutée au sein de l'histoire de l'art et de l'esthétique<sup>3</sup>, se déplace vers un contexte plus large des « techniques culturelles », comprenant la grille en tant que structure qui conditionne notre époque, celle d'« une

culture standardisée, divisée, fragmentée, rationalisée, séparée en groupes, spécialisée<sup>4</sup> ».

- 3 Avec *Communication, espace, image*, Giorgia Aiello explore quant à elle cette culture à la fois standardisée et divisée par le biais des dispositifs de (re)présentation visuelle. La sémiologue s'intéresse à la dimension profondément politique de la communication visuelle et à son impact sur les imaginaires culturels et sociaux générés par les images constituant notre espace public médiatique globalisé. En étudiant des images distribuées par des agences comme Getty Images ou Magnum Photos, Aiello montre que la communication visuelle – « mondial(ist)e » – performe avant tout des stéréotypes. Même si les propositions comme la « tendance visuelle » *Genderblend*<sup>5</sup> ou le projet d'exposition *Euro Visions : les Nouveaux Européens par les photographes de Magnum*<sup>6</sup> se veulent inclusives et diversifiées, elles mettent en scène des scripts standards : le *Garçon dans un costume de fée bleu*, le *Vieil Homme asiatique travesti* (Getty Creative) ou des pantoufles slovènes bon marché photographiées par Martin Parr (Magnum Photos) proposent surtout des esthétiques (et des idéologies) idéalisées. Ces valeurs mondial(ist)es se traduisent également par des initiatives (de marketing) de reconfiguration spatiale, lancées par différentes villes postindustrielles. En prenant l'exemple du secteur Ex Manifattura Tabacchi (aujourd'hui « Manifattura delle Arti ») à Bologne, Aiello témoigne du fait que des lieux deviennent, *via* des styles génériques occidentaux soi-disant « contemporains » et « cosmopolites », des sites d'exclusion au sein du capitalisme consumériste. Les deux publications (Andrea Pinotti et Antonio Somaini concluent par ailleurs avec des réflexions sur la catégorisation des images par des intelligences artificielles) démontrent que les images – des (infra)structures à la fois techniques, spatiales, sociales et politiques – ne sont pas seulement mais qu'elles font aussi.

---

## NOTES

1. Voir Scott Rothkopf, « Krauss and the Art of Cultural Controversy », *The Harvard Crimson*, 1997.
2. Svetlana Alpers, Emily Apter, Carol Armstrong, Susan Buck-Morss, Tom Conley, Jonathan Crary, Thomas Crow, Tom Gunning, Michael Ann Holly, Martin Jay, Thomas DaCosta Kaufmann, Silvia Kolbowski, Sylvia Lavin, Stephen Melville, Helen Molesworth, Keith Moxey, D. N. Rodowick, Geoff Waite, Christopher Wood, « Visual Culture Questionnaire », *October*, vol. 77, 1996.
3. Voir notamment Rosalind Krauss, « Grids », *October*, vol. 9, 1979.
4. Sigmar Polke cité in Dieter Hülsmanns, « Kultur des Rasters : Ateliergespräch mit dem Maler Sigmar Polke », *Rheinische Post*, 10 mai 1966, cité p. 243.
5. Getty Images a lancé *Genderblend* dans le cadre du webinaire « Tendances visuelles 2015 » en septembre 2014 (Getty Images, 2014).
6. L'exposition a été montrée au Centre Pompidou à Paris en 2005, avant de voyager à Milan, Budapest, Varsovie en 2006, et à Bruxelles en 2007.