

Exposition(s) et média(s) : enjeux d'une dialectique actuelle.

Colloque pluridisciplinaire de doctorants.

Les 26 et 27 mai 2016.

Université Bordeaux-Montaigne

Argumentaire

Désignant « aussi bien ce qui est exposé que l'espace où l'on expose, l'acte d'exposer et l'exposition en tant que "produit" actualisé par le visiteur »¹, l'exposition a pu recouvrir des formes et fonctions très diverses depuis les « proto-musées » jusqu'à « la promenade comme le centre commercial »². Témoignage de son temps, l'exposition est indissociable de son contexte de production. Ainsi, l'histoire récente est marquée par une évolution des modalités d'appréhension de l'exposition qui se caractérise notamment, au tournant des années 1980, par l'intensification des flux transnationaux et une massification de l'événement dans lesquels Nathalie Heinich voit « de nouvelles formes de tourisme intellectuel, de délectation lettrée ou d'érudition itinérante »³. L'exposition devient alors un objet d'étude transdisciplinaire, qu'il soit envisagé à travers un prisme communicationnel (DAVALLON), muséographique (CHAUMIER, DESVALLEES, MAIRESSE), historique ou socio-historique (GLICENSTEIN) ou même sociologique (HEINICH, EIDELMAN). Défendant le postulat selon lequel l'exposition est un média, la thèse centrale de Jean Davallon que nous souhaitons interroger ici démontre que l'exposition (d'art, d'objet, de science, etc.) donne à voir autant qu'elle nous explique comment regarder⁴ et par là, qu'elle met en œuvre la double vertu du média en s'imposant comme support et comme intermédiaire. Il est depuis communément admis de considérer l'exposition comme un média, et les registres médiatiques de l'exposition ou du musée font l'objet de nombreuses recherches (DAVALLON, POLI). L'ensemble de ces théories mérite aujourd'hui d'être analysé au regard du contexte actuel, marqué par un renouvellement de la « médiatique⁵ », par une présence et une influence grandissantes des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC).

Plus généralement, c'est l'histoire et l'évolution des pratiques médiatiques de l'exposition depuis la formulation de ces théories qu'il semble pertinent d'analyser. Car, parallèlement à cette théorisation, la richesse et la productivité des expositions depuis les années 1980 - tant dans l'augmentation de leur nombre que dans la diversification de leurs formes - définissent cette période comme un tournant dans l'histoire des expositions, qui voient leurs modalités de fabrication et de réception évoluer significativement. Ensuite, les années 1980 sont également caractérisées par le passage à une société façonnée par ce que l'on appelle désormais les Nouveaux médias qui se définissent par la démocratisation de l'ordinateur. C'est pourquoi ce colloque entend mettre en perspective la richesse et la production des expositions depuis les années 1980, au regard de l'influence des nouveaux médias dans la société.

Ainsi, la complexité des développements de l'informatique et des technologies du numérique exige de formuler une définition actualisée des médias qui permettent de les envisager dans toute la pertinence de leurs évolutions depuis une trentaine d'années. Dépassant ainsi les modalités de communication et de transmission qui caractérisaient les *mass-media*, la définition des médias actuels doit être enrichie de nouvelles acceptions, en harmonie avec les évolutions rapides des TIC. Ainsi, le média se définit

¹ A. DESVALLEES, F. MAIRESSE (dir.), *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*, Paris, Armand Colin, 2011, p.136.

² A. DESVALLEES, M. SCHÄRER, N. DROUGET, « Exposition » in A. DESVALLEES, *op. cit.* p.164.

³ N. HEINICH, « exposition », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 1 mai 2015. URL :<http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/exposition/>

⁴ J. DAVALLON, *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris, L'Harmattan, 1999, p.7

⁵ Def. « Association des diverses technologies de la communication », Larousse en ligne.

aujourd'hui par l'échange et la collaboration, la participation et l'appropriation, dévoilant par-là tout un registre de relations et d'interactions possibles entre production et réception, jusqu'à dépasser cette dichotomie lorsque le récepteur abandonne son statisme pour devenir à son tour un acteur de la médiation. L'étude de ces nouveaux médias au sein d'une dialectique avec l'exposition apparaît pertinente dans la mesure où dans « l'ère de l'information⁶ » et des réseaux, ils sont tous deux caractérisés par une ambiguïté statutaire, entre objet et support, entre producteur et médiateur.

Ainsi, ce colloque cherchera à questionner les différents enjeux qui caractérisent cette dialectique expositions/médias à l'heure des TIC en interrogeant toute la temporalité de cet événement, de la production à la réception. A travers une approche pluridisciplinaire (SIC, histoire de l'art, muséologie, mais aussi expologie, expographie, histoire des collections et des musées, sciences de l'art, médiation et politique des publics, histoire culturelle ...), il s'agira également de questionner le statut des médias au sein de l'exposition, qu'ils soient envisagés comme outils, objets exposés ou supports muséographiques. Enfin, il importera d'opérer une mise en perspective d'ordre historique en analysant les ruptures et les continuités qu'ont pu générer ces nouvelles approches médiatiques dans les modes de fabrication et de diffusion des expositions.

Il apparaît donc nécessaire d'adopter une démarche transdisciplinaire, dans le but de multiplier les points de vue sur cette problématique. Ainsi, l'ensemble des disciplines faisant de l'exposition un de leurs objet d'étude sont convoquées : les Sciences de l'Information et de la Communication, l'histoire de l'art et la muséologie ont en effet formulé des méthodes et des approches spécifiques, adaptées à l'étude des expositions et des musées. L'enjeu de ce colloque est de permettre la rencontre de ces champs de recherche, afin de concrétiser de manière scientifique des réflexions déjà présentes dans le monde des expositions depuis plusieurs décennies.

Axes thématiques

Afin de préciser les limites épistémologiques de cette problématique, les axes et les thématiques suivants (non limitatifs) sont proposés :

Axe 1. L'exposition comme média.

Il s'agit ici de faire, tout à la fois, l'histoire, voire l'historiographie des théories de l'exposition en tant que média et d'en interroger l'actualité à travers l'analyse de leurs développements et leurs enjeux. Ainsi, selon les différentes approches épistémologiques et méthodologiques, l'exposition doit-elle être considérée comme véhicule, intermédiaire ou moyen d'expression ? Quelles ont été et sont actuellement les particularités de l'exposition en tant que média ? En quoi l'exposition peut-elle être considérée comme un moyen à part entière de produire, transmettre et diffuser un message ? En considérant l'expression « l'exposition comme média » dans son sens littéral, peut-on penser à des formes d'expositions dans lesquelles le média serait le seul support, à l'image des cyber-expositions ou des expositions numériques ?

- Registres et enjeux médiatiques, sémiotiques et communicationnels de l'exposition.
- Historiographie et théories des relations entre expositions et médias.
- Vers une dématérialisation : le média comme unique support de l'exposition.

⁶ M. CASTELS, *L'ère de l'information*, Fayard, Paris, 1998-1999.

Axe 2. Exposer le média

L'accent est mis ici sur la nécessité d'interroger la place du média dans les expositions, en mobilisant notamment les approches muséologiques et muséographiques, ou plus exactement expologique et expographique. Dans l'époque contemporaine que nous avons défini plus haut, quelle place est faite aux nouveaux médias dans l'espace scénographique ? Dans quelles mesures l'arrivée de nouvelles technologies de l'information a-t-elle engendré un renouvellement des formes d'agencement et d'organisation des expositions ? Quel rôle confère-t-on au média parmi les divers outils mis à disposition des conservateurs, commissaires et scénographes pour diffuser et écrire le propos de l'exposition ? A partir du moment où il intègre l'exposition, le média conserve-t-il alors son statut de média ou ne devient-il pas automatiquement objet de l'exposition ?

- Le média comme support et outil expographique : dispositifs scénographiques et « écritures⁷ » de l'exposition.
- Commissariat et scénographie des expositions à l'heure des nouveaux médias.
- Exposer l'art des nouveaux médias.

Axe 3. Médiation, médias et publics.

Cette troisième approche propose de réfléchir à l'évolution de la médiation des expositions au contact des nouveaux médias. De quelles mesures les nouvelles technologies ont-elles permis de renouveler les pratiques de la médiation dans les expositions et par là, de faire évoluer les modalités de réception des contenus ? Avant, pendant et après l'exposition, quelles sont les spécificités des nouveaux médias en tant qu'outil de médiation ? De spectateur à *specacteur*⁸, voit-on se développer chez le visiteur de nouvelles attitudes et pratiques sociales en relation à l'usage des nouvelles technologies ? On pourra donc s'interroger ici sur le changement de statut des publics : l'exposition est-elle devenue une recherche constante d'*expérience* ?

- Nouveaux outils de médiation de l'exposition (virtuel, 3D, réalité augmentée).
- Pratiques collaboratives et interactives de la médiation.
- Publics et nouveaux médias : vers une démocratisation de l'accès aux expositions.

Axe 4. La médiatisation de l'exposition

Enfin, au terme du cycle de vie des expositions, sera étudiée l'évolution de la réception médiatique des expositions, notamment marquée par les logiques de flux et d'échanges qui caractérisent notre société contemporaine. Comment les nouveaux médias se sont-ils emparé des expositions ? Quelles sont les spécificités de la médiatisation des expositions à l'heure du numérique et de l'internet ? Quelles évolutions a connu la réception médiatique de l'exposition depuis le passage d'une logique des médias caractérisée par la diffusion d'un émetteur à un récepteur à une logique complexe dominée par la connectivité et l'échange dans laquelle le récepteur peut lui-même devenir émetteur à son tour ? Quelle diffusion est réellement faite des expositions à l'heure du tout information et du tout communication ?

- « *Exposition médiatique* », réception, et visibilité des expositions depuis les années 1980.
- Les pratiques communicationnelles de l'exposition à l'heure du tout-numérique.
- Critique et démocratisation dans une société hypercommunicante.

⁷ S. CHAUMIER, « Les écritures de l'exposition », *Hermès, La Revue*, n°16, 2011-3, p.64-65.

⁸ M.J. MONDZAIN, « Homo spectator », *Montrouge*, Bayard, 2013.

Modalités de soumission

Les propositions doivent comprendre :

- Un titre.
- Un résumé de 3000 signes (espaces non compris).
- Une courte présentation de l'auteur.

Elles devront être envoyées, au plus tard, le 6 décembre 2015 à : expositionsetmedias@gmail.com

Les propositions de doctorants sont vivement encouragées, mais celles venant de chercheurs diplômés ou confirmés seront également considérées.

Les intervenants retenus devront remettre un plan détaillé ou le texte de leur communication, dont la longueur sera précisée, avant la tenue du colloque.

Dans des conditions encore à définir, les communications les plus pertinentes feront l'objet d'une publication.

Calendrier

Retour des propositions de communication	6 décembre 2015
Réponse aux candidats	1 ^{er} février 2016
Retour des articles de communication	29 avril 2016
Colloque	26 et 27 mai 2016

Organisation

Rime Fetnan, doctorante en Arts au MICA, Université Bordeaux Montaigne

Nina Mansion, doctorante en Histoire de l'art au Centre François-Georges Pariset, Université Bordeaux Montaigne et à l'Ecole du Louvre.

Contact : expositionsetmedias@gmail.com

Projet soutenu par :

- Laboratoire MICA (Médiation, Communication, Information, Art – EA4426).
- Centre François-Georges Pariset (Histoire de l'art – EA 538).
- Association REPLIC (Réseau pluridisciplinaire pour l'information et la communication).
- Ecole doctorale de l'Université Bordeaux Montaigne.

Comité scientifique

- Anne Bayert-Geslin, Université Bordeaux Montaigne.
- Valérie Carayol, Université Bordeaux Montaigne.
- Brigitte Chapelain, Université Paris 13.
- Serge Chaumier, Université d'Artois.
- Franck Cormerais, Université Bordeaux Montaigne.
- Jean Davallon, Université d'Avignon.
- Jérôme Glicenstein, Université Paris 8.
- Cécilia Hurley-Griener, Ecole du Louvre et Université de Neuchâtel.
- Dominique Jarrassé, Université Bordeaux Montaigne et Ecole du Louvre.
- Bernard Lafargue, Université Bordeaux Montaigne.
- Myriam Métayer, Université Bordeaux Montaigne.
- Emilie d'Orgeix, Université Bordeaux Montaigne.
- Marie-Sylvie Poli, Université d'Avignon.
- David Pucheu, Université Bordeaux Montaigne.
- Paul Rasse, Université Nice Sophia Antipolis.