

Plat(e)form(e)s

Les expositions à l'heure des applications mobiles : enjeux et contradictions

< Yannick Le Pape >

Musée d'Orsay
62 rue de Lille, 75343 Paris cedex 07
yannick.lepape@musee-orsay.fr

DOI:10.3166/RIN.4.437-450 © AFDI 2015

< RÉSUMÉ >

En 2001-2002, la onzième *Documenta* avait été pensée en cinq étapes (cinq *platforms*) réparties sur l'ensemble du globe et allongeant nettement la durée de l'événement. Les plateformes de téléchargement, qui offrent aux expositions une visibilité mondiale et étendue dans le temps, semblent aujourd'hui répondre aux mêmes ambitions. Leurs logiques demeurent cependant peu compatibles avec un élargissement des publics réel et les applications mobiles, présentées comme un enrichissement de la visite, en questionnent peu les modalités de conception – ignorant alors, cette fois-ci, une des intentions principales des *platforms* version *Documenta11*.

< ABSTRACT >

Documenta11 has been designed as a five-platforms project extending the event over the world and far beyond the usual opening. As they increase the audience and the lifetime of the exhibitions, download platforms seem nowadays to get the same ambitions. However, the current rules of the digital stores remain incompatible with a real expansion of public and mobile applications, presented as an enrichment of the visit, still do not really question the historical frame of such artistic events – ignoring key requirement of *platforms* by *Documenta11*.

< MOTS-CLÉS >

Applications, exposition, musée, médiation, contenu culturel, public.

< KEYWORDS >

Applications, exhibition, museum, mediation, cultural content, public.

1. Repousser les limites

Pour la onzième *Documenta*, Okwui Enwezor ne se contenta pas du site historique de la ville de Kassel, où se tient l'exposition depuis 1955, ni des dates d'ouverture habituellement retenues. L'exposition fut en effet conçue comme le dernier jalon d'un parcours inauguré à Vienne le 15 mars 2001, poursuivi à New Delhi, à Sainte Lucie et à Lagos, au Nigéria, avant de se conclure à Kassel du 8 juin au 15 septembre 2002. Cinq étapes, donc, ou plus exactement cinq *platforms* alimentant une « constellation » de réflexions (Enwezor, 2002, 49) et bouleversant les contours traditionnels d'un événement dont l'ancrage local avait toujours été revendiqué (Harald Szeemann, en 1972, proposait encore de « limiter l'exposition à deux bâtiments, la Neue Galerie et le Museum Fridericianum »¹).

L'ambition n'était pas nouvelle. Catherine David, lors de la *Documenta* de 1997, cherchait déjà « à proposer une multiplicité d'espaces et une plateforme élargie de discussions et de débats, dans et en dehors de Kassel » (David, 1997, 12). En jeu : une dilatation des bornes de l'exposition, qu'il s'agisse de ses bornes thématiques (les sujets traités) ou de ses bornes physiques (le lieu). Pour la *Documenta* 12, c'était un autre dispositif (« *Documenta* 12 magazines ») qui assurait cette fonction de *platform*² : en stimulant le dialogue continu de 70 périodiques du monde entier, l'exposition entendait une nouvelle fois inscrire son action par-delà le cadre de Kassel et se manifester à l'étranger sous une forme différente de celle de son parcours. En 2012, Naomi Vogt remarquait non seulement que cette posture avait été maintenue pour la *Documenta* 13 mais qu'elle conservait toujours la forme d'une *plateforme* : « Depuis quelques années, la *Documenta*, tendant vers un questionnement de la fonction sociale de l'art, a pu devenir une plateforme de critique de l'eurocentrisme culturel. Or, *DOCUMENTA* (13) est physiquement et conceptuellement située dans quatre lieux : Cassel, Alexandrie/Le Caire, Kaboul et Banff »³. Vogt cite au passage la directrice de l'exposition,

1. Préface au catalogue de la *Documenta* 5 (Szeemann, 1996, 28).

2. <http://www.documenta12.de/index.php?id=geschichte010&L=1>

3. <http://www.lintermede.com/exposition-documenta-cassel-kassel-suisse-art-moderne-contemporain-100-jours-2012-juin-septembre.php>

Carolyn Christov-Bakargiev (conservatrice au Castello di Rivoli), qui ne cachait pas son désir de reculer les frontières de la *Documenta* au-delà de la ville et, parallèlement, au-delà des propos habituels : « L'exposition à Kassel vise une forme d'engagement auprès d'un site et, en même temps, la formation d'un polylogue avec d'autres lieux [...], une exploration de micro-histoires à des échelles variées qui lient une histoire locale et la réalité d'un espace avec le monde et ce qui relève du terrestre ». Pour Etienne Bernard et Antoine Marchand, cet éclatement de l'exposition en différents lieux en faisait justement « une plateforme du possible » qui questionnait l'impact des phénomènes de déplacement et de la globalisation « principalement virtuelle » sur l'activité artistique⁴.

Il n'est sans doute pas anodin que le leitmotiv de *Documenta11*, celui d'une exposition au format et au « projet intellectuel » élargis (Enwezor, van der Plas, Pande, 2002, 10), se soit cristallisé lors même que le développement des technologies numériques suggérait de nouveaux horizons en termes d'accélération des communications et de partage des contenus culturels. Les vocables retenus à l'époque – « forum », « network », « circuits de connaissance » (Enwezor, 2002, 43, 52, 54) – témoignent d'ailleurs de cette porosité. L'aspect réticulaire revendiqué pour l'exposition n'était finalement que l'expression d'une préoccupation généralisée face aux nouvelles logiques de création et de diffusion des savoirs. En France, le ministère de la Culture et de la Communication, en 1999, était à la fois lucide et impatient à ce sujet : « Ainsi dans moins de trois ans sera-t-il possible, partout dans le monde, de prendre connaissance en quelques minutes des caractéristiques de chaque musée national, de découvrir ses bâtiments, ses collections et ses activités » (Saddaoui, 1999). Non contentes d'annuler toute contrainte géographique, la dématérialisation des contenus et leur diffusion via les canaux numériques ont aussi autorisé un accès continu à la culture (Octobre, 2014, 87 ; Ptochéoun, 2010, 46), modulé selon le rythme et l'environnement de chaque usager. Pour Jean-Jacques Aillagon, si « le musée a bien sûr des limites », ne serait-ce que sa taille, les dispositifs numériques peuvent justement permettre de s'en

4. <http://www.zerodeux.fr/reviews/documenta-13-2/>

défaire⁵. Quarante ans plus tôt, Geoffrey Lewis (1971, 22) anticipait déjà que l'ordinateur allait permettre de rendre accessible le propos du musée « sur une échelle et à une vitesse auparavant inconnues », et Marshall McLuhan, en 1967, développait une idée comparable : « Je ne sais pas ce que l'ordinateur va produire pour le monde des musées, déclarait-il, je pense qu'il l'enrichira considérablement car il donne accès à toutes les cultures du monde simultanément et instantanément » (McLuhan *et al.*, 2008, 57). Ce que le numérique offrirait en premier lieu aux utilisateurs, pour résumer, ce n'est pas tant un contenu culturel rénové que la possibilité d'y accéder partout et à n'importe quelle heure. « Le Web, c'est une évidence, est devenu un outil privilégié pour la communication et la transmission du savoir à l'extérieur de l'enceinte physique du musée »⁶, lisait-on encore en juin 2012. Les attentes paraissent réelles : la version en ligne du MuMA du Havre a ainsi vite dépassé le million de pages vues, dont plus de la moitié hors de France (Maréchal, 2014, 22). En opposition évidente avec le modèle restrictif de l'exposition temporaire, la possibilité d'effectuer une visite « sans sortir de chez soi » est d'ailleurs un des atouts majeurs mis en avant par les éditeurs de contenus culturels numériques⁷, de même que la possibilité de découvrir les œuvres « avant ou après la visite de l'exposition »⁸. Jean-Pierre Saez, de l'Observatoire des politiques culturelles, met lui aussi en avant les avantages que les dispositifs numériques proposent en regard des contraintes de visite traditionnelles : « Revoir l'exposition visitée l'avant-veille au milieu d'une foule trop dense » en est un bon exemple (Saez, 2010, 5). Les applications téléchargeables pour appareils nomades s'imposent naturellement comme le format emblématique de ces nouveaux principes d'accès aux lieux culturels et à leurs discours. La Cité de l'architecture et du patrimoine ne s'y est pas trompé en axant sa communication sur le surplus de liberté que ce type de dispositif propose : « Expositions, horaires, tarifs, accès... avec l'application *Cité de l'archi* toutes les informations pour préparer sa visite sont accessibles

5. Propos recueillis par Béatrice Vallaeys, *Libération*, 25 novembre 2011.

6. <http://www.culturemobile.net/cultures-numerique/musees-se-mettent-au-virtuel>

7. *Libération*, 9 février 2011 : « La firme californienne propose de visiter virtuellement les hauts lieux artistiques mondiaux “sans sortir de chez soi” ».

8. Argument avancé au sujet de l'application conçue pour l'exposition *Hopper*, au Grand Palais (octobre 2012-janvier 2013).

facilement et de partout », pouvait-on lire sur le site internet de la CAPA. Christine Albanel, (2008, 3) incitait déjà les institutions culturelles à intégrer les usages relatifs à ces écrans qui, constatait-elle, « se répandent dans toutes les poches ». « Avec ces outils de mobilité, nous sortons des murs du palais, nous allons sur des objets de tous les jours et nous entrons en quelque sorte dans le quotidien des gens » relevait de son côté Agnès Alfandari, responsable des productions multimédias au Louvre⁹. Le cadre de l'exposition, en d'autres termes, devient lui-même virtuel, il s'évapore dans le nouvel espace numérique investi par internet ou, désormais, par les applications embarquées. Les plateformes de téléchargement auraient dès lors le même pouvoir que les *platforms* d'Enwezor : celui d'élargir les contours de l'exposition, d'en dissoudre les frontières et même d'en augmenter la durée.

2. Démocratiser et/ou séduire ?

Avec, en bonus, l'ambition louable de tirer parti d'outils et d'usages à fort pouvoir attractif de façon à sensibiliser aux offres culturelles un public qui, pour une part, pourrait s'en tenir éloigné. Jean-Paul Cluzel, du Grand Palais, était clair à ce sujet : « Mon dada, écrivait-il en 2011, c'est d'amener un nouveau public à s'intéresser aux arts. Le numérique offre un immense potentiel. Nous avons lancé une application iPad pour l'exposition Monet »¹⁰. Henri Loyrette, du Louvre, tenait d'ailleurs un discours similaire la même année¹¹. Une préoccupation d'autant plus justifiée que, comme le soulignait Frédéric Mitterrand (2011, 2), « la diffusion des outils numériques dans les foyers est souvent désormais l'occasion du premier contact des nouvelles générations avec les contenus culturels » ; sans compter que les modes d'utilisation et la dématérialisation des informations instruisent une logique d'échange

9. <http://www.culturemobile.net/cultures-numerique/nouveaux-territoires-louvre/question-mobilite>

10. Cité par Benjamin Champon et Oihana Gabriel dans *20 minutes*, 24 janvier 2011.

11. « Nous avons pensé que le site internet, mais aussi les outils d'aide à la visite (applications, guides multimédias ou dispositifs dans les salles), étaient des opportunités pour des publics différents et pour attirer de nouveaux publics, notamment les jeunes ». Conférence de presse sur le bilan des activités numériques du Louvre, Paris, 19 décembre 2011.

amplifiant le phénomène. Fabien Labarthe (2013, 105) écrivait à ce propos que « tout ce qui est téléchargé se communique ». À l'occasion de l'opération « Silicon Valois » – une sorte de laboratoire de tendances supervisé par le ministère de la Culture et de la Communication en 2014 à destination des acteurs du numérique –, les technologies récentes étaient d'ailleurs envisagées comme vecteur privilégié d'« ouverture sur le monde »¹². Sous leur nouvelle forme numérique, les expositions gagneraient donc en écoute mais, surtout, elles se démocratiseraient, rejoignant par là-même avec une des préoccupations majeures des *platforms* version *Documenta11*. Admettons. En espérant toucher « les amoureux de la culture, les familles et toutes les personnes intéressées »¹³, l'application mobile des musées suisses, en tout cas, ne cache pas son ambition sur ce terrain.

C'est néanmoins faire un peu vite l'impasse sur les phénomènes de fractures numériques et de publics « déconnectés » (Berry, 2008, 75-76 ; Brotcorne *et al.*, 2009)¹⁴. C'est surtout oublier que face à l'espace ouvert et collaboratif que représente internet, les applications mobiles supposent de l'utilisateur l'adhésion à une communauté restreinte, aux règles fixées par les rares diffuseurs qui se partagent ce marché. Pascal Béria, qui a bien analysé ce glissement, cite d'ailleurs Virginia Hefferman, du *New York Times*, pour laquelle le monde des applications mobiles peut se penser comme une zone protégée, située en marge de ce melting-pot trop hétérogène pour ne pas être insalubre que serait devenu internet : sous couvert de favoriser une fantasmagorique diffusion universelle de l'information, les applications, en un mot, auraient surtout l'allure d'« une banlieue ordonnée qui vous permet de goûter aux opportunités du Web sans pour autant avoir à vous mélanger avec la racaille » (Hefferman) et, comme le résume Béria, elles représenteraient qu'on le veuille ou non « une certaine forme de ségrégation dans la manière d'accéder aux contenus numériques »

12. Voir le dossier « De l'Automne numérique à Silicon Valois », sur le site du ministère : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Actualites/Dossiers/De-l-Automne-numerique-a-Silicon-Valois/Silicon-Valois-la-culture-du-numerique>

13. <http://www.museums.ch/fr/home/app.html>

14. Jean-François Chaintreau (2010, 50) relativise de son côté cet investissement des outils numériques sur le terrain de « la culture pour chacun ».

(Béria, 2013, 69-71). Aux antipodes, cette fois, du système d'Enwezor, qui revendiquait aussi une reconnaissance des minorités, notamment face à la vision hégémonique occidentale (la doctrine du « centre » dont parlait Enrique Dussel (2002, 267) lors de la *Platform1*, à Vienne), et dont on connaît l'attachement à l'universalité du débat artistique¹⁵.

Un élargissement en trompe-l'œil, en quelque sorte, qui conjuguerait l'augmentation de l'audience des expositions avec une restriction des catégories de publics concernés. En estimant que « les musées draguent aussi les Geeks », Isabelle Manca, dans *L'œil*, en avril 2015, suggérait du reste que l'investissement dans le domaine des technologies numériques est aussi une affaire de marketing. Au vu de la réputation que ces dispositifs ont auprès des publics, et notamment des publics jeunes, il est certes normal de considérer le Web comme « levier de promotion »¹⁶ dans le domaine culturel. En 1999, la RMN justifiait déjà son projet de site internet pour les musées nationaux en valorisant le gain que cela représenterait en termes d'image autant que de contenu (Saddaoui, 1999) et l'investissement des musées dans ce domaine des nouvelles technologies a rapidement été pensé à l'aune des politiques de communication (Drubay, 2008, 205). Au début des années 1970, on craignait déjà que les ressources de l'ordinateur sur ce terrain de la communication priment et finissent même par détourner les musées de leurs missions scientifiques (Elisseeff, 1971, 5). C'est un peu ce qu'évoquait Christine Bernier en 2002 lorsqu'elle jouait avec le mot « exposition » : « La technologie multimédia offre une grande visibilité, écrivait-elle. Elle permet, littéralement, une meilleure exposition » (Bernier, 2002, 245). Au risque, peut-être, de privilégier le potentiel de séduction des outils concernés au détriment de ce qu'ils sont chargés de véhiculer. Au lieu d'être repensés, les contenus culturels pris en charge par les nouvelles technologies mobiles, dont nous avons reconnu les capacités sur ce terrain de l'élargissement du temps et de l'espace de l'exposition, ne seraient en fait que dupliqués sous une autre forme :

15. C'était déjà le cas lors de l'exposition *Global Conceptualism: Points of Origin*, au Queens Museum of Art de New York en 1999, durant laquelle Enwezor suggérait de prendre en considération de façon globale l'ensemble des expériences de la modernité, en Afrique comme ailleurs (Enwezor, 1999, 108).

16. Entretien avec Kevin Mellet et Jean-Samuel Beuscart autour de leur ouvrage *Promouvoir les œuvres culturelles* (Louis, 2013, 19).

« Un simple transfert dans l'espace numérique d'activités déjà existantes », comme le redoutait Catherine Roth (2001, 51). Pour Philippe Chantepie et Alain Le Diberder, (2010, 52-53) il est d'ailleurs remarquable (et paradoxal) que l'évolution récente des « techniques », qui n'a peut-être jamais été aussi rapide, n'ait pas eu de répercussions réelles sur la nature des propositions culturelles.

3. Enrichir la visite : valeur et illusions du « complément »

Du côté des concepteurs de ces interfaces, il s'agit pourtant de faire évoluer les pratiques. « Une nouvelle manière de visiter musées et expositions voit le jour » affirmaient sans détour les responsables de Google Indoor Maps début 2014¹⁷. Vocabulaire similaire du côté du Château de Versailles, qui avouait aussi rechercher « de *nouvelles manières* de partager Versailles avec les visiteurs réels et “ virtuels ” » (Collin, 2014). De même Alain Seban affirmait-il en 2011 que la stratégie numérique du Centre Pompidou virtuel, conçu comme une plateforme multimédia, était « basée sur les contenus »¹⁸. Pauline Décot (2012) précisait à l'époque : « L'accès à ces multiples contenus ne remplace pas la visite du Centre Pompidou : il lui apporte un complément ». Le mot fit fortune : le musée Galliera, début 2015, présentait ainsi l'application conçue pour l'exposition *Jeanne Lanvin* comme « un *complément* aux œuvres présentées » et le musée du Louvre-Lens, sur son site internet, estime pareillement que sa propre application est un « complément idéal » à la visite. Si l'on en croit l'étude de Valérie Schafer, Benjamin Thierry et Noémie Couillard, les « dispositifs de poche », face aux sites internet, sont en effet destinés à « augmenter l'expérience de la visite » (Schafer *et al.*, 2012, 11). À l'occasion de l'exposition *Raphaël, les dernières années*, le musée du Louvre avait en tout cas pris ce parti : « Enrichissez votre visite de l'exposition grâce à l'application mobile ! », conseillait le site internet du musée. Même refrain au Grand palais, qui présente volontiers son offre d'applications en insistant sur ce qu'elles apportent *en plus*, à savoir « des contenus qui enrichissent les visites des expositions grâce à des fonctionnalités innovantes ». Le musée Fabre

17. *Le Monde*, 10 février 2014.

18. *Le Figaro*, 23 mai 2011.

mettait lui aussi en avant sur son site les « contenus enrichis » de l'application développée pour l'exposition *Signac* (2013) et promettait, au risque d'être redondant, une expérience de visite « plus enrichissante ». « Une visite toujours plus enrichie », c'est également ce que garantissait le Petit Palais autour de son application mobile *Les Bas-fonds du Baroque* (exposition présentée de février à mai 2015).

Plus qu'un dispositif palliatif pour visiteurs distants – un « substitut », pour reprendre le terme de Bernard Deloche (2001, 189) – l'application, en d'autres termes, serait pensée comme une aide à la visite privilégiée, une sorte d'amélioration du propos, voire son optimisation. Le format, il est vrai, propose aux utilisateurs un ensemble de contenus inédits et qui, pour certains, restaient jusqu'ici de l'ordre de la chimère. Le témoignage des conservateurs, peu envisageable dans une configuration de visite guidée standard (sauf opérations exceptionnelles, souvent réservées aux adhérents ou aux sociétés d'amis), compte parmi ces offres devenues accessibles grâce aux outils de médiation numériques. L'application imaginée par le musée Cognacq-Jay pour son exposition *Lumières : carte blanche à Christian Lacroix*, fin 2014, proposait ainsi à ses utilisateurs non seulement un entretien avec le styliste mais aussi « le point de vue de la directrice ». L'application *Sonosphère Confluences*, lancée par le tout nouveau musée de Lyon, propose sur le même modèle le témoignage « des personnes qui ont conçu et réalisé le musée ». Le musée de la Marine va même un peu plus loin lorsque, à l'occasion de l'exposition retraçant l'expédition destinée à transporter jusqu'à Paris l'obélisque de la place de la Concorde (*Le voyage de l'obélisque. Louxor/Paris. 1829-1836*), il annonçait avec enthousiasme : « Cette expédition valait bien une application ». Le cadre contraint de l'exposition temporaire, en d'autres termes, ne suffirait plus pour traiter de façon exhaustive de tels sujets, qui en raison de leur envergure, méritent sans nul doute (« valent bien ») qu'une application en sonde tous les rouages.

Les applications mobiles, au final, offriraient plus que ce dont les commissaires d'exposition avaient pu rêver. Du moins en apparence. L'expérience de visite est en premier lieu trop spécifique pour que les nouvelles technologies puissent la reproduire en totalité (Bruno Duvauchelle (2012, 17) dirait qu'elle conserve une « partie non

numérisable »). La démultiplication des supports de diffusion, dont nous serions d'ailleurs partie prenante (Bolter et Gromala, 2005, 108), leur souplesse et leur polyvalence jouent en outre en leur défaveur. En échappant à l'espace institutionnel de l'exposition, dès lors qu'ils sont propulsés dans l'espace numérique, les contenus culturels deviennent en effet susceptibles d'être investis et consommés dans d'autres cadres et en concurrence avec d'autres propositions (Turkle, 2015, 260)¹⁹. Le relais numérique de l'exposition, en d'autres termes, en augmente autant le rayonnement qu'il en perturbe la lecture et même l'identité. L'extension des bornes de l'exposition serait avant tout source de confusion, comme si la souplesse tant fantasmée concernant ses lieux et sa temporalité en engendrait finalement le déficit. Olivier Donnat, en 2008, observait en tout cas que la dématérialisation des contenus « accentue la porosité entre culture et distraction, entre le monde de l'art et ceux du divertissement et de la communication » (Doro et Fée, 2009). Les pratiques ne sont du reste pas seules en cause : à l'heure où ce sont les détenteurs des plateformes qui dictent les règles de la diffusion numérique (Rieffel, 2014, 49-50), les contenus échappent en partie à leur détenteurs historiques, au profit de modèles bien plus hétérogènes et transversaux – Jean-François Fogel et Bruno Patino (2013, 121) évoquent à ce sujet un « océan numérique qui mêle tout : les créations [...], le tourisme culturel, les loisirs, la promotion de la culture, les offres des institutions ». Michel Abescat notait déjà en 2009 que les appareils nomades présentent « de multiples fonctionnalités au croisement de la culture, de *l'entertainment* et de la communication interpersonnelle »²⁰. Contre toute attente, l'exposition perdrait en qualité éditoriale ce qu'elle gagne en diffusion et en audience.

Jean-Claude Guédon, en 1998, était déjà sceptique quant à l'apport réel du multimédia, qui ne serait guère plus qu'un « surensemble », une simple « addition » à l'offre du musée réel : « Virtualiser un musée revient le plus souvent à tenter d'en augmenter la portée sans en modifier aucunement les fonctions », déplorait-il (Guédon, 1998, 37). La rhétorique que nous avons repérée plus haut (celle de l'enrichissement,

19. Pour Michel Serres (2012, 13), cette faculté à gérer de nombreuses activités simultanément est caractéristique des jeunes nés à l'heure du digital.

20. *Télérama*, 14 octobre 2009.

du *complément*) montre à elle seule que la situation a peu évolué : les dispositifs numériques, aussi sophistiqués soient-ils, interviennent toujours après coup, sur le mode de l'ajout – « de simples produits dérivés », comme l'anticipait Jean Davallon (1998, 10) –, sans avoir interféré avec le projet initial de l'exposition, avec ses ambitions ou même avec son aspect. L'application *Mode Orsay*, en 2012, avait beau être instructive et volontiers ludique, elle ne faisait que décliner sous un format actualisé (le magazine de mode grand public) le propos déjà établi de l'exposition *L'impressionnisme et la mode*, présentée au musée d'Orsay.

Si certaines fonctionnalités du numérique mobile permettent aux publics de s'approprier le parcours de visite différemment (Lesaffre *et al.*, 2014, 13), elles ne sont donc pas convoquées pour solliciter l'utilisateur et le faire intervenir dans l'élaboration ou la construction de l'exposition, quand bien même les architectures récentes suggèrent cette figure de l'utilisateur comme « contributeur de contenu » (Frau-Meigs, 2011, 116), le numérique étendant en quelque sorte les prérogatives du « spectatorship » tel que le concevait Enwezor (2002, 54) dans le cadre de la création des expositions. C'est déjà ce qu'attendait Geneviève Vidal en 2001, à une époque où ces technologies pourtant balbutiantes laissaient espérer une politique multimédia favorisant la coopération entre le musée et les publics « pour aller au-delà de la consommation culturelle en ligne » (Vidal, 2001, 257). L'évolution semble d'autant plus nécessaire que les pratiques d'échange et de participation active à la définition des contenus culturels se sont implantées sans attendre que les institutions, peu habituées à « faire confiance au public » (Durand, 2014, 102), renoncent à leur autorité en la matière (Le Glatin, 2007, 145). Samuel Bausson et Francis Duranthon ont d'ailleurs récemment noté combien les nouveaux formats numériques autoriseraient la mise en place d'un musée ou d'expositions produits de façon collaborative. Ils prenaient une nouvelle fois pour modèle celui de la plateforme : « Et si on imaginait nos lieux de savoir, se demandaient-ils, comme des plateformes ouvertes d'une culture co-produite et partagée de pair à pair ? Et si on transformait radicalement nos structures en plateformes, supports d'une culture ouverte, distribuée et basée sur la co-construction d'un bien (culturel) commun ? » (Bausson et Duranthon, 2013, 34). C'est sans doute sous cette forme fictionnelle que le projet

numérique, au final, rejoindrait le plus celui d'Enwezor et de sa *Documenta* : celui d'institutions culturelles ouvertes au dialogue et ré-envisageant leur propre légitimité en regard des apports trop souvent négligés de la « nouvelle communauté globale » (Enwezor, 2002, 54).

Bibliographie

- Albanel Christine (2008). 2008, une année tournée vers de nouveaux défis. *Culture communication*, n° 155, pp. 2-3.
- Bausson Samuel, Duranthon Francis (2013). Web et musée : le choc des cultures. *La Lettre de l'Ocim*, n° 150, pp. 14-21.
- Béria Pascal (2013). *La révolution des contenus*, Télémaque, Paris.
- Bernier Christine (2002). *L'art au musée. De l'œuvre à l'institution*, L'Harmattan Paris.
- Berry Gérard (2008). *Pourquoi et comment le monde devient numérique*, Collège de France/Fayard, Paris.
- Bolter Jay David, Gromala Diane (2005). *Windows and mirrors. Interaction design, digital art and the myth of transparency*, MIT Press Cambridge, Massachusetts.
- Brotcorne Périne, Mertens Luc, Valenduc Gérard (2009). *Les jeunes off-line et la fracture numérique. Les risques d'inégalités dans la génération des « natifs numériques »*, Namur, septembre 2009.
- Chaintreau Jean-François (2010). Vers un service culturel numérique. *L'observatoire des politiques culturelles*, n° 37, pp. 50-51.
- Chantepie Philippe, Le Diberder Alain (2010). *Révolution numérique et industries culturelles*, La Découverte, Paris.
- Collin Jean-François (dir.) (2014). Versailles s'expose en numérique. *Cultures*, n° 121, p. 5.
- Davallon Jean (1998). Les multimédias de musée, une innovation en cours. *La Lettre de l'Ocim*, n° 57, pp. 6-11.
- David Catherine (1997). *Documenta X. Shortguide*, Hatje Cantz, Ostfildem.
- Décot Pauline (2012). Le Centre Pompidou virtuel, tout l'art moderne sur internet. *Culture Communication*, n° 205, p. 3.
- Deloche Bernard (2001). *Le musée virtuel*, PUF, Paris.
- Devauchelle Bruno (2012). *Comment le numérique transforme les lieux de savoir*, FYP, Limoges.

- Doro Paul-Henri, Fée Philippe-Denis (2009). Comment le numérique modifie nos comportements culturels. Entretien avec Olivier Donnat. *Culture communication*, n° 175, pp. 16-17.
- Drubay Diane (2008). Internet : un lieu où jeunes et musées se rencontrent. *Culture Web*. Dalloz, Paris, pp. 203-217.
- Durand Emmanuel (2014). *La menace fantôme : les industries culturelles face au numérique*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- Dussel Enrique (2002). Democracy in the « Center » and Global Democratic Critique. *Democracy Unrealized. Documenta11_Platform1*. Hatje Cantz, Ostfildem, pp. 267-284.
- Eliseeff Vadime (1971). Musées et ordinateurs. *Museum*, vol. XXIII, p. 5.
- Enwezor Okwui (2002). The black box. *Documenta11_Platform 5*. Hatje Cantz, Ostfildem, pp. 42-55.
- Enwezor Okwui (1999). Where, What, Who, When: A Few Notes on « African Conceptualism ». *Global Conceptualism: Points of Origin, 1950s-1980s*, exposition au Queens Museum of Art, New York, 28 avril – 29 août 1999. Queens Museum of Art, New York.
- Enwezor Okwui, van der Plas Els, Pande Alka (2002). Preface. *Experiments with Truth : Transitional Justice and the Processes of Truth and Reconciliation. Documenta11_Platform2*, Hatje Cantz, Ostfildem, pp. 9-12.
- Fogel Jean-François, Patino Bruno (2013). *La condition numérique*, Grasset, Paris.
- Frau-Meigs Divina (2011). *Penser la société de l'écran*, PSN, Paris.
- Guédon Jean-Claude (1998). Tous les chemins ne mènent pas à Rom... Comment décentrer l'institution muséologique sans la détruire. *La Lettre de l'Ocim*, n° 57, pp. 35-39.
- Labarthe Fabien (2013). *Démocratiser la culture multimédia ? Usages et apprentissages en milieu populaire*. Éditions de la Maison des sciences de l'homme, Paris.
- Le Glatin Marc (2007). *Internet, un séisme dans la culture ?*, Éditions de l'attribut, Toulouse.
- Lesaffre Gaëlle, Watremez Anne, Flo Emilie (2014). Les applications mobiles de musées et de sites patrimoniaux en France : quelles propositions de médiation ? *La Lettre de l'Ocim*, n° 154, pp. 5-13.
- Lewis Geoffrey (1971). La communication muséologique : recherche d'une formule interdisciplinaire au Royaume-Uni. *Museum*, vol. XXIII, pp. 22-26.
- Louis Céline (2014). Peut-on promouvoir un livre comme un yaourt ? *Culture communication*, n° 209, pp. 19-20.

- Maréchal Sophie (2014). Le web collaboratif aux portes des musées. *La Gazette des communes*, n° 2241, pp. 21-25.
- McLuhan Marshall, Parker Harley, Barzun Jacques (2008). *Le musée non linéaire*. Aléas, Lyon.
- Mitterrand Frédéric (2011). Culture pour tous, culture pour chacun, culture partagée. *Culture communication*, n° 188, pp. 2-3.
- Octobre Sylvie (2014). *Deux pouces et des neurones. Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*, Ministère de la Culture et de la Communication, Secrétariat général, Département des études, de la prospective et des statistiques, Paris.
- Ptodéhoun Kafui (2010). Quelle urbanité pour les non-lieux de la ville contemporaine ? *L'observatoire des politiques culturelles*, n° 37, pp. 45-49.
- Rieffel Rémy (2014). *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, Gallimard, Paris.
- Roth Catherine (2001). Vers la création d'un nouvel espace muséal dans le monde numérique ? *La Lettre de l'Ocim*, n° 78, pp. 50-54.
- Saddaoui Marc (dir.) (1999). Les musées nationaux sur l'internet. *Lettre d'information du Ministère de la Culture et de la Communication*, n° 54, p. 6.
- Saez Jean-Pierre (2010). Édito. *L'observatoire. La revue des politiques culturelles*, hors série « Art, culture et société de la connaissance », n° 3.
- Schafer Valérie, Thierry Benjamin, Couillard Noémie (2012). Les musées, acteurs sur le web. *Lettre de l'Ocim*, n° 142, pp. 5-14.
- Serres Michel (2012). *Petite Poucette*. Le Pommier, Paris.
- Szeemann Harald (1996). *Ecrire les expositions*, La Lettre volée, Bruxelles.
- Turkle Sherry (2015). *Seuls ensemble. De plus en plus de technologies, de moins en moins de relations humaine*, L'échappée, Paris.
- Vidal Geneviève (2001). Les musées et la société de l'information. *Politique et musées*, Paris, L'Harmattan, pp. 229-259.