

ETC



La médiation : un dispositif de création

Jocelyne Connolly

Arts médiatiques et enjeux esthétiques

Numéro 46, juin–juillet–août 1999

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/35469ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

ISSN

0835-7641 (imprimé)

1923-3205 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Connolly, J. (1999). La médiation : un dispositif de création. *ETC*, (46), 6–7.

LA MÉDIATION : UN DISPOSITIF DE CRÉATION



Sensorium, *BeWare 02: satellite*, 1998. Ordinateur, Internet, appareil de contrôle de température; 3, 05 m x 2, 74 m x 2, 74 m. Photo: Guy L'Heureux. Courtoisie: CIAC-Montréal.

La dénomination des arts médiatiques regroupe un ensemble de pratiques comprenant, selon le cas, l'utilisation de technologies telles que la robotique, l'informatique, l'électronique, voire la science. Les disciplines associées à ces univers sont la vidéo-graphie, l'holographie, la copigraphie, les recherches multimédias, le nouveau cinéma, l'art télématique, etc. La nomenclature se fait d'ailleurs imposante – les recherches spécialisées en témoignent¹. Bien que, dans plusieurs cas, ces formes existent depuis quelques décennies – depuis les années soixante –, l'on constate qu'elles se sophistiquent, s'additionnent et, fait considérable, incitent au questionnement quant à leurs structures de production et de réception. Dans leur forme de médiation², en particulier. Ici, les médiateurs dont il est question vont de l'artiste au spécialiste des technosciences, à l'ordinateur, jusqu'au récepteur.

Déjà en 1982, Howard S. Becker, dans *Art World* (*Les mondes de l'art*, traduction, 1988), met au jour la notion de « réseau de coopération », notion liée à la théorie interactionniste de l'action collective issue de l'École

de Chicago. Cette théorie sociologique insiste sur une réalité se manifestant dans le champ artistique, selon laquelle « tout travail artistique, de même que toute activité humaine, fait intervenir les activités conjuguées d'un certain nombre, et souvent d'un grand nombre de personnes³ ». Antoine Hennion, dans la foulée de l'idée de réseau et dans le cadre d'une sociologie de la médiation – dans le monde musical –, prend en compte la collaboration de l'auditeur comme acteur permettant l'*effectivation* de l'œuvre musicale⁴. La sphère des arts médiatiques se montre exemplaire du modèle interactionniste. Examiner ce monde sous cet angle permet de réfléchir, nous semble-t-il, sur les enjeux esthétiques des recherches plastiques conjuguées à un savoir technoscientifique et à une compétence en voie de développement de la part du visiteur des travaux exposés.

La spécificité des relations qui s'établissent entre l'art et les hautes technologies, l'acte de réception et la reformulation de la fonction symbolique du travail artistique résultant de cette association s'avère l'axe de questionnement de ce dossier *Actualités/débats*. L'objectif de

la discussion consiste donc à mettre en lumière les particularités des enjeux esthétiques qui surgissent de ces réseaux de collaboration formés par l'artiste, le spécialiste des technologies et le visiteur.

Louise Poissant est professeure au Département des arts plastiques et médiatiques à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Ses champs de recherche sont ceux de l'esthétique et de la communication, et elle dirige, à l'UQAM, le Groupe de recherche en arts médiatiques. Poissant pose que la médiation s'effectue entre l'artiste et la machine (l'ordinateur). Dans ce processus, la machine devient « partenaire » et créatrice d'images, et le spectateur s'ajoute au processus en cumulant les rôles de créateur et de récepteur, soutient-elle. Poissant précise que, même si l'artiste demeure l'architecte de ce processus interrelationnel, la « révolution » quant à ce phénomène de médiation se situe dans cette nouvelle distribution des pouvoirs. Ainsi, l'« expérience esthétique » prend place pour atténuer le statut d'hégémonie de l'objet d'art, souligne-t-elle.

Jean-Philippe Uzel, professeur au Département d'histoire de l'art à l'UQAM, dont les champs de recherche sont ceux de la communication, de l'esthétique et de la sociologie de l'art, pose à son tour que le phénomène des arts médiatiques modifie les codes tant sur le plan de la production que sur celui du système relationnel de la réception de l'œuvre médiatique. La notion de « génie romantique » privilégiant l'objet fait place à un modèle de travail de collaboration entre « artistes, ingénieurs, techniciens, médiateurs... », processus selon lequel la dimension collective donne lieu à un modèle d'« expérience esthétique », précise-t-il. Pour Uzel, ce renversement stimule les processus de médiation de façon « idéalement illimitée » sur le plan de la communication esthétique.

Monique Langlois, spécialiste des arts médiatiques, dont les recherches sont issues des champs de l'esthétique et de l'histoire de l'art, appuie son analyse sur un corpus d'installations interactives de Luc Courchesne. Elle met en relief le caractère interactif du cas de la vidéo de Courchesne et ce, sur le plan tant de la production que de la réception. Langlois soulève le phénomène du cumul des rôles endossés par l'artiste et du cumul des médiateurs à la production de l'œuvre. Si elle désigne l'artiste même comme « médiateur » dans le processus interactif, elle n'hésite pas à lui attribuer le rôle d'« auteur » de lieux d'« expériences » et celui de « récréation », de la part des « actualisateurs » des installations interactives.

Charles Perraton est professeur au Département des communications à l'UQAM. Il dirige le Groupe d'études et de recherches sémiotiques des espaces (Gerse), et ses recherches actuelles sont rattachées aux dispositifs de médiation entre le champ du cinéma et celui de l'architecture. Il analyse ici un cas, tout en questionnant les rôles de la citation cinématographique et des techniques de restauration, les enjeux sur l'intention de l'auteur du film, l'interprétation et la réception de l'œuvre. Il réfléchit sur le cas de *Vertigo*, d'Alfred Hitchcock, réalisé en 1958, récemment restauré au moyen des nouvelles techniques d'information et de communication (NTIC), et dont la première a eu lieu en 1996. Perraton remarque que si la numérisation entraîne une accessibilité accrue (en nombre), elle permet également de nouvelles médiations, dont celles de la restauration par ailleurs dotée de propriétés de transformations esthétiques.

Concluons trop brièvement que le fait des arts médiatiques s'érige de façon exemplaire comme modèle actuel de médiation et de formation de réseaux sur le plan tant de la production que de la réception esthétique. L'artiste du médiatique engendre des relations esthétiques, et c'est dans ce processus que se joue l'accomplissement de l'œuvre. Et c'est bien là que se situent les enjeux esthétiques de ce dispositif médiationnel.

JOCELYNE CONNOLLY
POUR LE COMITÉ DE RÉDACTION

NOTES

- ¹ À cet effet, sous la direction de Louise Poissant, le *Dictionnaire des arts médiatiques*, Coll. Esthétique, Québec, Presses de l'Université du Québec, 1997, rend compte de la multitude de pratiques en cours et des définitions en usage dans cette sphère.
- ² À ce sujet, l'interprétation de Jean-Jacques Gleizal est intéressante : « Dans le domaine de l'art, l'interpénétration se produit entre le créateur et le médiateur, mais justement, à partir de là, le créateur devient médiateur et le médiateur créateur. Dès lors, il n'y a plus ni créateur ni médiateur, il n'y a que de la médiation, c'est-à-dire une nouvelle réalité qu'on pourrait nommer la créatique. Mais peu importe le mot utilisé. L'important est de relever qu'existe désormais un nouveau lieu, celui de la médiation où la création devient médiatique et la médiation créatique. » *L'art et le politique*, Paris, PUF, 1994, p. 25.
- ³ Howard S. Becker, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988, p. 27.
- ⁴ Antoine Hennion, *La passion musicale*, Métailié, 1993.