

Université de Montréal

**L'exposition virtuelle : nouvelle forme de diffusion et de  
représentation des œuvres**

par

Karine Léonard Brouillet

Département d'histoire de l'art et d'études cinématographies

Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des arts et des sciences

en vue de l'obtention du grade de maîtrise

en Histoire de l'art

Août 2012

© Karine Léonard Brouillet, 2012

Université de Montréal  
Faculté des arts et des sciences

Ce mémoire intitulé :

L'exposition virtuelle : nouvelle forme de diffusion et de représentation des œuvres

Présenté par :  
Karine Léonard Brouillet

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Christine Bernier, directrice de recherche  
Suzanne Paquet, présidente rapporteuse  
Élise Dubuc, membre du jury

## Résumé

Depuis longtemps déjà, les arts visuels se démarquent par leurs rapports proches quoique créatifs avec les développements technologiques des sociétés modernes. Pour les musées, Internet constitue une opportunité de rejoindre des publics qui s'avèrent de prime abord moins accessibles. Ce nouvel acteur dans le monde de l'art occupe une place croissante dans la présentation des œuvres tout en jouant un rôle déterminant dans la diffusion et donc dans le retentissement qu'elles ont auprès de publics aux attentes changeantes. Alors que le musée diffusait autrefois ses collections et connaissances par les expositions et les catalogues, le cyberspace est aujourd'hui un nouveau lieu public qu'il lui convient d'investir. L'internaute est souvent isolé dans sa quête d'une « trouvaille » parmi la diversité de l'offre technologique. Nous proposons l'image alternative du flâneur comme métaphore opérationnelle afin d'analyser la relation entre l'internaute et l'exposition.

Les œuvres sont transposées dans le virtuel par le médium numérique, le même langage qui sous-tend l'exposition dans son ensemble, un transfert dont les implications sont nombreuses. La reproduction, par sa nature désacralisée, autorise la manipulation virtuelle. C'est une nouvelle forme de participation qui est exigée des spectateurs, non pas en termes d'acquisition rationnelle de connaissances, mais de manière ludoéducative, par cette même manipulation de l'image. Dans le but de souligner l'authenticité de l'œuvre originale par la présentation de son équivalent numérique, l'exposition virtuelle est souvent médiatrice et documentaire avant tout, privilégiant l'observation technologique didactique.

**Mots-clés** : musée, établissements artistiques, nouvelles technologies, médiation, exposition virtuelle, flânerie virtuelle, public, Google Art Project, Art pour tous.

## Abstract

Art and technology have long developed close relationships allowing both to be inspired by the other. Today, the Internet constitutes an opportunity for art museums to reach to publics previously unattainable. It is determining ways in which works of art or their numerical representation thereof are presented, transmitted, and perceived. Since their founding, museums have broadcasted their collections and knowledge in the public sphere by means of exhibitions and catalogues, but the Internet is now a space they have to inaugurate.

In the perspective of cyberspace being both vast and varied, the internet user is often isolated in his search of a “find” or “discovery” amongst the array of virtual exhibitions available. It is necessary to offer an alternative to the often unique image of the internet user as “searcher” to propose the image of the *flâneur* as an operational metaphor for the analysis of the relationship between user and exhibition in cyberspace. The representation – by means of the digital language underlying both exhibition and image – allows virtual manipulation of the work of art. This entails new forms of participation on the part of exhibition viewers who are now also internet users. Often undertaking to highlight the authentic nature of the original work of art by displaying its digital representation, the virtual exhibition is often presented as a didactic counterpart to a “real” exhibition, thus avoiding the delicate question of the work of art experience in favor of a technological observation aimed at acquiring knowledge.

**Keywords** : museum, artistic institutions, new technologies, mediation, virtual exhibition, virtual *flâneur*, public, Google Art Project, Art pour tous.

## Table des matières

|   |    |
|---|----|
| Introduction.....   | 1  |
| Présentation du sujet .....   | 1  |
| Présentation des chapitres .....  | 10 |
| 1. L'exposition virtuelle : une mise en contexte .....  | 16 |
| 1.1. L'exposition virtuelle et l'« archivage informatif ».....  | 17 |
| 1.1.1. L'objet prétexte .....   | 20 |
| 1.1.2. Le flâneur virtuel.....  | 23 |
| 1.2. Aspects modulables de l'exposition virtuelle .....   | 29 |
| 1.2.1. La médiation numérique des œuvres pour diffuser les expositions .....  | 32 |
| 1.2.2. Le développement de l'exposition virtuelle : linéarité et transversalité .....                               | 34 |
| 2. L'exposition <i>Art pour tous</i> .....  | 37 |
| 2.1. La continuité expositionnelle entre les œuvres par le virtuel.....   | 37 |
| 2.1.1. Construction de la collection universitaire et de la fiction expositionnelle .                               | 39 |
| 2.1.2. Volet virtuel .....  | 42 |
| 2.2. Une exposition multiplateforme.....  | 46 |
| 2.2.1. Acte d'exposition et mise en exposition : suite d'expositions dans <i>Art pour tous</i>                      | 46 |
| 2.2.2. Nouvelles formes d'interaction et de participation .....   | 49 |
| 2.3. Établissement de la cohésion expositionnelle : un défi de taille pour une exposition aux sites multiples ..... | 51 |
| 2.3.1. Le discours physique : l'œuvre dans sa ponctualité spatiale et temporelle..                                  | 55 |
| 2.3.2. L'entre-deux : les audioguides comme pont entre les expositions physique et virtuelle                        | 58 |
| 2.3.3. Le discours virtuel : l'œuvre dans une continuité fictive et historique .....                                | 59 |
| 2.4. Conclusion .....   | 62 |
| 3. Le <i>Google Art Project</i> .....   | 64 |
| 3.1. L'exposition virtuelle « émotive ».....  | 64 |

|        |   |     |
|--------|---|-----|
| 3.1.1. | Présentation de données plutôt que d'informations .....                     | 65  |
| 3.1.2. | Spectacularisation des données .....  | 68  |
| 3.1.3. | Expérience individuelle.....  | 69  |
| 3.2.   | L'apport du privé aux projets muséaux virtuels.....                         | 72  |
| 3.2.1. | La nécessité pour les musées d'un partenariat avec l'entreprise privée..... | 73  |
| 3.2.2. | Avantages et désavantages pour le musée .....                               | 77  |
| 3.3.   | L'exposition « manipulable ».....   | 79  |
| 3.3.1. | Disponibilité de l'information et hasard des contenus.....                  | 81  |
| 3.3.2. | L'œuvre d'art comme image.....  | 84  |
| 3.4.   | Éclatement des modes de relation .....                                      | 88  |
| 3.4.1. | La relation linéaire : narration et spectateur dépendant ou assujetti ..... | 91  |
| 3.4.2. | La relation transversale : le dialogue extérieur à l'exposition .....       | 96  |
| 3.4.3. | La relation aléatoire : la quête et l'utilisateur « chercheur ».....        | 98  |
| 3.5.   | Conclusion .....  | 101 |
|        | Conclusion .....  | 103 |
|        | L'exposition virtuelle et sa diffusion .....                                | 103 |
|        | <i>Art pour tous</i> .....  | 105 |
|        | <i>Google Art Project</i> .....   | 106 |
|        | Bibliographie.....  | 109 |
|        | Images .....  | 121 |
|        | Annexe : figures .....  | 127 |
|        | Annexe : plans.....   | 162 |

## Liste des figures

**Figure 1 :** Jean-Baptiste Siméon Chardin. *Le Bénédicité*. 1740, huile sur toile, 49 x 38 cm, Paris : Musée du Louvre.

**Figure 2 :** Recherche Google « Google Art Project ». 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 3 :** *Art pour tous : Section « Voir »*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 4 :** *Art pour tous : Section « Se promener »*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 5 :** *Art pour tous : Fiche d'oeuvre « Micropaysages »*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 6 :** Gilbert Poissant, *Touchez Touché!*, 2006, sculpture porcelaine industrielle et artisanale et aluminium, diptyque, 275 x 345 cm chaque, Saint-Hyacinthe: Université de Montréal, (1500, rue des Vétérinaires).

**Figure 7 :** Robert Roussil, *Sans Titre*, 1985, sculpture béton, 591 x 472 x 245 cm, Montréal, Université de Montréal (Pavillon Claire-McNicoll).

**Figure 8 :** Jacques G. de Tonnancour, *Composition géométrique*, 1968, murale formica, aluminium et bois aggloméré, 353 x 994 cm, Montréal, Université de Montréal (Stade d'hiver).

**Figure 9 :** Carole Simard-LaFlamme, *Trapèze*, 1982, sculpture fibres naturelles, synthétiques et métal, 213 x 654 cm, Montréal, Université de Montréal (CEPSUM).

**Figure 10 :** Karine Léonard Brouillet, *Mise en valeur – Le Jardin des Hespérides*, 2012, photographie numérique, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon André-Aisenstadt).

**Figure 11 :** Jesús Carlos de Vilallonga, *Réalité cosmique*, 1964, peinture, huile et papier sur masonite, 244 x 418 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon 3200 rue Jean-Brillant)

**Figure 12 :** Karine Léonard Brouillet, *Absence – Réalité cosmique*, 2012, photographie numérique, Montréal : Université de Montréal (Pavillon 3200 rue Jean-Brillant).

**Figure 13 :** Richard Purdy, *Le Jardin des Hespérides*, 1994, sculpture bronze, granit, béton et brique, 277 x 122 x 122 cm et 214 x 85 x 85 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon André-Aisenstadt).

**Figure 14 :** Sylvia Daoust, *Édouard Montpetit (1881-1954)*, 1967, sculpture bronze, pierre Indiana et granit de Saint-Alban, 500 x 130 x 130 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon J.-A.-DeSève).

**Figure 15 :** Yechel Gagnon, *Osmose*, 2006, sculpture contreplaqué, 365,7 x 1219,2 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon Jean-Coutu).

**Figure 16 :** Umberto Bruni, *Histoire de la santé au Québec*, 1958, peinture murale huile sur toile de lin marouflée, 257,9 x 455 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon Jean-Coutu).

**Figure 17 :** Jean Lantier, *Micropaysages*, 2006, sculpture granit et aluminium, 104 x 215 x 215 cm et 156 x 215 x 215 cm, Montréal, Université de Montréal (Pavillon Jean-Coutu).

**Figure 18 :** *Details – Google Art Project*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 19 :** Chris Ofili. *No Woman, No Cry*. 1998, multimédia sur toile, 182,8 x 243,8 cm, Londres : Tate Britain.

**Figure 20 :** *Détails – No Woman, No Cry*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 21 :** Vincent Van Gogh. *La Chambre de l'artiste*. 1888, huile sur toile, 72 x 90 cm, Amsterdam : Musée Van Gogh.

**Figure 22 :** Kevin Buist. *A redacted painting in MoMA*. 2011, capture d'écran.

**Figure 23 :** *MoMA – Page de présentation*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 24 :** *Artistes – Vincent Van Gogh*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 25 :** *Œuvres – Page de présentation*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 26 :** *Musée Ayala*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 27 :** *Musée Ayala avec vignette d'œuvre*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 28 :** *Art Institute of Chicago*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 29 :** *You Gallery*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 30 :** *Rebus*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 31 :** Dirck Hals. *La Fête champêtre*. 1627, huile sur toile, 135,7 x 77,6 cm, Amsterdam : Rijksmuseum.

**Figure 32 :** *Materials Matter*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 33 :** Georges Seurat. *Un Dimanche après-midi à la Grande-Jatte*. 1884, huile sur toile, 207,5 x 308,1 cm, Chicago : Art Institute of Chicago.

**Figure 34 :** Chris Haston. *The Office à la Georges Seurat's « Sunday Afternoon »*. 2011, photographie, dimensions variables (fond d'écran).

**Figure 35 :** Yokoyama Taikan. *Feuilles d'automne*. 1931, couleur sur papier, 361 x 363,3 cm, Tokyo : Musée Adachi.

**Figure 36 :** *Altarpiece of Saint Vincent Street View*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

**Figure 37 :** *Page d'accueil Google Art Project*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.

*À vous qui vous apprêtez à lire ce mémoire*

## **Remerciements**

J'aimerais d'abord remercier Mme Christine Bernier pour ses commentaires judicieux et constructifs tout au long de mon cheminement tant rédactionnel que scolaire.

Je remercie aussi les membres de mon entourage qui m'ont relue lorsque c'était nécessaire.

# Introduction

## Présentation du sujet

Depuis longtemps déjà, les arts visuels se démarquent par leurs rapports proches quoique créatifs avec les développements technologiques des sociétés modernes. Pendant longtemps, le fait d'être « moderne » ou « innovant » du point de vue de la technologie tient au fait de pouvoir se déplacer rapidement (par le train ou l'avion par exemple). Dans son acception élargie, la mobilité peut être entendue comme « un imaginaire articulant un rapport au temps, à l'espace, et la recherche d'une transformation ». Cet imaginaire ne peut cependant pas être réduit à une conception strictement spatiale (Barrère & Martucelli 2005 : 56). Aujourd'hui, c'est sous un aspect différent que cette mobilité se manifeste : ne pas avoir à se déplacer (grâce à Internet) pour avoir « accès » aux choses, c'est là une nouvelle incarnation de la mobilité moderne. Dans ce contexte, la société actuelle privilégie souvent les nouvelles technologies de l'information et des communications comme mode d'expression; ces dernières sont devenues révélatrices du rapport qu'entretient l'individu avec la communauté, l'information, le savoir.

Pour les musées, Internet constitue une opportunité de rejoindre des publics qui s'avèrent de prime abord moins accessibles, en raison de critères géographiques, économiques ou culturels. Non seulement ce nouvel acteur dans le monde de l'art occupe-t-il une place croissante dans la présentation des œuvres, mais il joue également un rôle déterminant dans la diffusion et donc dans le retentissement qu'elles ont auprès de publics aux attentes changeantes. L'institution muséale artistique, à l'instar de toutes les institutions sociales, doit s'adapter à cette revendication par les publics du virtuel, exigence qui entre pourtant en directe contradiction avec son mandat premier de mise en valeur des œuvres *originales et authentiques*. Si le magasinage en ligne et les bibliothèques virtuelles donnent accès à l'expérience complète d'une chose (chaussures, livres électroniques, etc.), l'expérience muséale virtuelle ne peut quant à elle donner accès qu'à la reproduction de l'objet. C'est donc un nouveau défi qui comporte son lot de pièges, tout autant que d'avantages, pour les musées.

Les premiers sites internet de musées étaient d'abord de nature touristique : comment se rendre au musée, heures d'ouverture, tarifs d'entrée, calendrier des expositions, etc. Dans les dernières années, les musées à vocation scientifique et historique ont ajouté à leur site des expositions virtuelles interactives et didactiques qui ont eu un grand succès, incitant de ce fait les institutions artistiques à (re)considérer à cette approche. Maintenant, de plus en plus d'institutions développent des expositions virtuelles dans le but de répondre aux attentes d'un public de plus en plus sollicité.

La littérature scientifique au sujet des expositions virtuelles et des sites de musées en général est longtemps demeurée confinée à des opuscules, principalement des articles scientifiques. Au cours des dernières années, plusieurs d'entre eux ont été réunis dans des anthologies afin d'offrir des ouvrages complets qui englobent les diverses problématiques de l'exposition virtuelle. Néanmoins, rares sont les publications qui s'intéressent aux musées d'art plus avant que sous la forme d'études de cas succinctes, d'anecdotes même parfois. Bien que la littérature scientifique au sujet des expositions virtuelles remonte aisément aux années 1990, ce n'est que récemment que des ouvrages anthologiques (Affleck, Kalay & Kvan 2008; Cameron & Kenderdine 2010; Parry 2010) ont été rendus disponibles et de plus en plus de livres y sont consacrés, ce qui laisse présager des avancées intéressantes dans ce domaine de recherches.

Depuis 1997, la série de colloques *Museums and the Web – The International Conference* étudie la question de l'art, de la science et de l'héritage culturel sur le Web et publie chaque année sur son site internet divers articles de ses conférenciers. C'est l'une des premières sources d'information scientifique sur l'exposition virtuelle à faire son apparition. Dès les années 2000, de plus en plus d'analyses sont publiées dans diverses revues ainsi que dans les cahiers de *Museums and the Web*. Parmi les auteurs de ces articles, Christian Heath et Dirk vom Lehn articulent de nombreuses théories au sujet de l'interactivité et de ses pièges potentiels, notamment à propos de la tendance muséale à utiliser les appareils technologiques à des fins didactiques au détriment de l'interactivité entre les spectateurs eux-mêmes (Vom Lehn, Heath & Hindmarsh 2001 a; Vom Lehn,

Heath & Hindmarsh 2001 b; Vom Lehn & Heath 2003). Ces publications sont apparues dans la foulée de recherches menées sur l'art numérique.

L'importance de ce médium artistique depuis les années 1970 est l'objet d'une attention de plus en plus soutenue. Le statut égalitaire que le numérique confère à ses objets (par son langage de programmation uniforme) permet, selon Lev Manovich, de les mettre en relation. Ce dernier postule dans son ouvrage *The Language of New Media* publié en 2001 que les nouveaux médias représentent la convergence des deux trajectoires historiques distinctes : les technologies médiatiques et l'informatique (*computing*). Selon lui, ces dernières se rencontrent dans la numérisation de données accessibles informatiquement, un milieu qui serait propice à l'émergence de contenus artistiques.

Bien qu'ils ne se concentrent pas sur la question de l'exposition, Edmond Couchot et Norbert Hillaire publient en 2003 *L'art numérique* où ils mettent en évidence que, durant une période prolongée, les institutions muséales artistiques ont laissé de côté les avancées numériques (Couchot & Hillaire 2003 : 12). L'importance grandissante qu'a pris Internet dans les dernières années a confronté les institutions à la nécessité de s'y intéresser (Couchot & Hillaire 2003 : 12).

Les liens entre les musées et les nouvelles technologies étant de plus en plus établi et dans la lignée d'études considérant la visite muséale comme une pratique sociale, il devient important d'examiner le rapport du spectateur à son expérience virtuelle. Dans son article paru en 2004 et intitulé « Virtual Art Museum Exhibits on the World Wide Web: A Content and Survey Analysis », Costis Dallas fait remarquer que, dans l'espace virtuel, les visiteurs font partie de l'exposition, mais ne s'y manifestent pas concrètement : chaque expérience est individuelle et ne peut prendre en compte celle des autres visiteurs – l'internaute est toujours « isolé ».

Michelle Henning est parmi les premières à publier un ouvrage complet sur les liens qu'entretient l'institution muséale avec les nouvelles technologies en 2006 avec *Museums, Media and Cultural Theory* où elle s'interroge au sujet de l'introduction de nouveaux médias autour des œuvres. Bien qu'Henning aborde fréquemment la question du musée d'art, son principal sujet d'étude demeure le musée en général. Elle souligne que ces

dispositifs devraient mettre en place une expérience plus interactive de l'exposition (bien que souvent ce ne soit pas concluant) dans une tentative de la part de l'institution muséale d'établir un rapport dialogique avec ses publics par les nouveaux médias. Ces derniers constituent un tournant important dans l'approche qu'adoptent les musées à l'égard de leurs spectateurs et dans les moyens qu'ils choisissent pour les rejoindre.

Un an plus tard, Aude Mathey s'intéresse elle aussi à cette question dans son ouvrage *Le musée virtuel, quel avenir pour la culture numérique?* alors même que les médias sociaux se propagent considérablement dans le cyberspace. Dans un désir de promotion de la culture et de démocratisation de celle-ci, l'avenue virtuelle est de plus en plus populaire. L'auteure constate alors que le musée virtuel se limite fréquemment à la simple duplication de sa contrepartie physique, souvent dans un but promotionnel. Elle demeure l'une des rares à se concentrer sur la question du musée d'art et, cinq ans plus tard, pose à nouveau la question du musée virtuel dans *Le musée virtuel, les nouveaux enjeux* où elle s'intéresse au rôle de participant qui est dévolu au visiteur et aux diverses implications que cela comporte pour l'avenir des musées en regard de la culture numérique.

Depuis les années 2000, il est question de « révolution numérique » alors que les pratiques de consommation de l'information sont invariablement teintées des avancées dans le domaine des nouvelles technologies. En 2010, Philippe Chantepie et Alain Le Diberder s'intéressent à l'importance de cette révolution en regard des industries culturelles et publient une nouvelle version de leur ouvrage *Révolution numérique et industries culturelles*. Ils remarquent la mise en place d'une nouvelle infrastructure économique fortement influencée par le numérique qui force les industries de contenus à établir de nouveaux rapports avec leurs publics. Ils soulignent aussi que la mutation, déjà profonde sur le plan technologique et importante du point de vue de l'économie, ne manquera pas d'être déterminante pour le domaine culturel.

Cette culture numérique, artistique notamment, a été récemment analysée par Renée Bourassa qui s'intéresse à la fois aux nouvelles technologies et à la sphère de l'art. Bien qu'elle ne se concentre pas sur l'institution muséale, la question de l'exposition traverse son ouvrage qui cherche à mettre de l'avant le concept des fictions hypermédiatiques, des

« mondes fictionnels et espaces ludiques modulés par les technologies numériques [se caractérisant] par le traitement numérique de matières expressives, dont découle leur transformabilité, et varient selon la spécificité de leurs interfaces » (Bourassa 2010 : 9). Elle met ainsi en évidence la multiplication des lignes narratives dans les espaces ordonnés par les technologies numériques, un défi de taille pour l'institution muséale et son extension virtuelle.

Dans ce contexte, beaucoup d'établissements artistiques tentent de tirer profit des nouvelles technologies en rendant une partie de leur collection et de leurs expositions disponibles sur Internet. Ces expositions sont constituées de reproductions des œuvres, éliminant ainsi toute relation avec l'original. Conséquemment, dans l'espace virtuel, c'est une approche différente que les musées et centres d'exposition proposent aux visiteurs pour leur donner accès à l'œuvre. L'expérience esthétique s'organise alors autour d'une source d'information caractérisée par des liens vers des sites de références, des textes informatifs et des suggestions de documents jugés pertinents par les responsables des sites (Manovich 2001; Couchot & Hillaire 2003; Henning 2006; Mathey 2007; Mathey 2011).

Il est important de noter, par ailleurs, que cette abondance d'information vise d'abord et avant tout à « publiciser »<sup>1</sup> des expositions « physiques », c'est-à-dire à les diffuser, auprès du public internaute :

Cette notion de « publicisation » vient introduire une dynamique là où l'on continue à penser l'espace public esthétique à travers des institutions et des acteurs figés (le musée, le génie artistique, etc.) et dont la légitimité repose sur une idéologie de l'autonomie esthétique attachée au seul domaine des beaux-arts canoniques (musique, peinture, sculpture, littérature, théâtre). (Allard 1999 : 213).

Ainsi, l'espace public se diversifie. Alors que le musée diffusait autrefois ses collections et les connaissances qui les accompagnent dans ses salles et ses catalogues, le cyberspace est aujourd'hui un nouveau lieu public qu'il lui convient d'investir. Dans cette optique, l'internaute est souvent isolé dans sa quête d'une « trouvaille » parmi la diversité de l'offre

---

<sup>1</sup> Rendre public dans le sens plus large que la simple publicité.

technologique dont chaque élément cherche à attirer son attention. À cet effet, il nous paraît pertinent d'adopter l'image du flâneur comme métaphore opérationnelle afin d'analyser les stratégies des instances expositionnelles, principalement celles qui visent à façonner des comportements spécifiques chez les internautes. L'institution muséale en charge d'une exposition virtuelle, désireuse de rester fidèle à son mandat premier de mise en valeur des œuvres, tente conséquemment de mettre en évidence l'importance de l'autonomie esthétique de l'œuvre tout en s'adaptant aux nouvelles exigences des publics.

Les implications d'un transfert des œuvres vers le virtuel sont nombreuses, nous en distinguons trois. Premièrement, la reproduction, par sa nature désacralisée, autorise la manipulation virtuelle, souvent dans le but d'une démocratisation des savoirs. Deuxièmement, c'est une nouvelle forme de participation qui est exigée des spectateurs, non pas en termes d'acquisition rationnelle de connaissances, mais souvent de manière ludoéducative, par le biais de cette même manipulation. Troisièmement, l'exposition virtuelle est souvent présentée comme documentaire, ce qui assure à l'œuvre son statut d'original et évite de mettre l'accent sur la reproduction, mais évacue aussi la question de l'expérience de l'œuvre au profit d'une expérience de la technologie visant l'acquisition de connaissances.

L'exposition virtuelle, de par sa nature intrinsèquement multidisciplinaire, exige une analyse qui marie histoire de l'art et études muséales. Les études muséales, qui se sont développées dans le champ plus vaste des études culturelles, ont mis en évidence l'idée que l'expérience de l'art est conditionnée par le musée et ses stratégies discursives et expositionnelles. Or, dans le monde virtuel, les critères d'appréciation d'une œuvre sont chamboulés (bien que toujours présents) de même que les éléments qui en permettent l'expérience : l'espace, la matérialité, la dimension, le contexte. En conséquence, la manière de s'adresser au public, qu'elle soit directe ou non, varie elle aussi. Il s'agira donc de voir comment les nouvelles stratégies des institutions conditionnent l'expérience virtuelle de l'art.

Depuis quelques années, la recherche en histoire de l'art s'intéresse de plus en plus à la question de la présentation des œuvres d'art, principalement dans les musées. Ainsi, Mieke Bal, dans *Double Exposures : The Subject of Cultural Analysis*, traite de la dimension discursive du musée et suggère que l'exposition est le lieu d'application et de démonstration d'une forme de pouvoir qui s'exprime par le biais d'une autorité épistémique (celle de l'institution) se révélant à travers un discours documentaire (souvent universalisé) qui suggère l'objectivité. Elle a ainsi mis en évidence la nécessité d'une analyse approfondie de l'exposition, des dispositifs rhétoriques qui la construisent et du rapport qu'entretiennent les spectateurs avec elle. Dans le contexte virtuel où des bibliographies et liens externes pour trouver de l'information complémentaire à l'œuvre sont souvent offerts, le spectateur semble ainsi encouragé à s'impliquer dans la mise en place d'une signification subjective de l'œuvre. Une approche dialogique semblerait donc préconisée, à l'instar de ce que prône l'auteure, mais en est-il vraiment ainsi?

Dans de nombreux cas, sous le couvert d'un dialogue, l'institution prend le parti de la spectacularisation à la fois de sa plateforme virtuelle et de ses contenus. Dans son livre *À l'approche du musée, la médiation culturelle*, Élisabeth Caillet aborde cette question du spectacle au musée en soutenant que « quel que soit le sujet, le musée spectacularise ses collections » (Caillet 1995 : 29). Elle précise par ailleurs que, le musée constituant son propre discours, il ne peut être envisagé comme un média et s'apparente en ce sens plus au spectacle (Caillet 1995 : 67-68). Il est pertinent d'étendre cette réflexion aux plateformes virtuelles que mettent en place les musées : l'institution muséale spectacularise ses collections quelque soit le sujet, mais aussi quelque soit le médium de spectacularisation choisi. Cette idée vient par ailleurs confirmer l'hypothèse de l'auteure selon laquelle le musée lui-même ne serait pas un médium puisqu'il prend la peine de se véhiculer à travers plusieurs médias : l'exposition physique et la plateforme virtuelle entre autres.

Cette « incarnation multimédia » du musée impose de reconsidérer selon de nouvelles prémisses l'idée du musée comme lieu de classification et d'ordonnement du savoir. Les nouveaux médias, en raison de leur capacité à effectuer des recherches automatisées et de leur structure qui se fonde sur la base de données, laissent planer

l'illusion d'un accès des visiteurs à la collection qui ne soit plus restreint par la médiation culturelle du commissaire ou du conservateur. Les objets ne seraient plus limités au rôle discursif qui leur est attribué dans le cadre d'une exposition à la structure narrative (Henning 2006 b : 309).

En raison de la nature récente et très actuelle du corpus étudié dans ce mémoire, la période temporelle abordée est relativement restreinte : les sites ont une activité qui se concentre entre les années 2010 et 2012. Cela s'explique par le fait que l'intérêt des nouvelles technologies se trouve dans leur immédiateté, ce qui rend une analyse rétrospective moins concluante. Cependant, la restriction qui caractérise la dimension temporelle ne s'applique pas à l'aspect géographique étudié. Puisque l'une des caractéristiques principales de l'Internet est de permettre une diffusion internationale, le corpus ne présente pas de limites géographiques.

Ce mémoire comprend deux études de cas : l'exposition *Art pour tous : les œuvres publiques de l'Université de Montréal s'exposent*, ainsi que le *Google Art Project*. Ces deux projets ont été sélectionnés aux fins de cette étude parce qu'ils sont, à bien des égards, plus complexes que la myriade d'expositions virtuelles que nous pouvons trouver aujourd'hui sur Internet.

La première a la particularité de faire partie d'un projet qui se déploie aussi dans l'espace physique. En effet, *Art pour tous : les œuvres publiques de l'Université de Montréal s'exposent*, n'est pas la version virtuelle d'une exposition physique existante, mais plutôt le complément virtuel d'un ensemble d'œuvres dispersées dans les espaces publics du campus de l'Université de Montréal. La deuxième exposition virtuelle est aussi un cas particulier. En effet, le *Google Art Project* se présente comme une exposition virtuelle réunissant les œuvres d'un très grand nombre de musées et diffuse ainsi un nombre inégalé de reproductions d'œuvres.

Par ailleurs, les deux expositions virtuelles sont exemplaires en ce sens qu'elles se situent pratiquement aux deux extrémités du spectre pour ce genre de projet : le gigantisme du *Google Art Project* révèle des ambitions hors du commun en matière de technologie et

de mondialisation ; *Art pour tous*, au contraire, est une initiative locale, modeste, réalisée à l'intérieur d'un campus universitaire, avec une sélection d'œuvres de la collection de l'institution.

Ainsi, l'exposition *Art pour tous : les œuvres publiques de l'Université de Montréal s'exposent* sera analysée en raison de la nature complémentaire de ses volets physique et virtuel, une approche qui demeure marginale à ce jour dans le cas des expositions à contenu artistique. La seconde étude de cas sera constituée du *Google Art Project* qui rassemble sur une seule plateforme les contenus de nombreux musées : se sont les musées qui sont en exposition à travers les œuvres qu'ils présentent. Des deux expositions virtuelles choisies, aucune n'est le résultat d'un travail effectué directement au « musée ». Le Centre d'exposition de l'Université de Montréal, bien qu'il en assume les fonctions de collectionnement, d'exposition et de didactisme, n'en porte pas le nom (il pourrait néanmoins être qualifié de musée). Le *Google Art Project* demeure en étroite collaboration avec les institutions muséales, mais constitue d'abord un projet technologique qui illustre dans son contenu ses partenaires muséaux, mais demeure dans sa forme révélateur de l'entreprise qui lui a donné jour. L'exposition demeurant essentiellement le fait d'institutions muséales, leurs pratiques y sont reconnaissables. Mais même si ces pratiques sont à la fois présentes et reconnaissables, elles demeurent altérées à la fois par le médium virtuel et par ceux qui le maîtrise, les concepteurs des sites internet qui ne relèvent pas nécessairement du musée. L'analyse d'institutions hybrides comme celles-ci permet d'aisément discerner ce qui dérive des pratiques expositionnelles et ce qui procède de l'aspect technologique. Le choix d'hybrides n'est donc pas anodin. Il permet d'avoir des résultats très spécifiques qui permettent de cerner des pratiques expositionnelles révélatrices du rapport entre l'institution et la technologie et de préciser quelles sont les principaux éléments influant l'exposition virtuelle comme sa structure modulable ou son aspect documentaire.

L'analyse des stratégies expositionnelles virtuelles se basera sur l'analyse de deux principaux éléments. En premier lieu, la construction informatique des expositions virtuelles sera étudiée. *Art pour tous* a mis en place une exposition virtuelle structurée qui

s'articule autour d'une narrativité assumée, ce qui permet la mise en place d'éléments de rencontre entre les parties physique et virtuelle de l'exposition, d'où une organisation informatique structurée et stable. Le *Google Art Project* priorise une organisation ludique qui n'énonce pas de liens construits entre les œuvres en suggérant plutôt leur appartenance à une histoire de l'art commune, d'où une organisation plus désarticulée du site. En second lieu, le contexte de création des deux expositions qui est radicalement différent et influe directement à la fois sur leur contenu et leur organisation structurelle : *Art pour tous* investi un lieu public (l'Université de Montréal) dont l'exposition relate l'histoire (en partie artistique) universitaire; le *Google Art Project* investit le cyberspace expositionnel sur la base de ses compétences technologiques plutôt qu'historique ou artistique.

*Art pour tous* offre une approche peu conventionnelle qui a été primée au Québec par la Société des musées québécois (SMQ).<sup>2</sup> L'approche complémentaire adoptée mérite d'être évaluée par de nombreuses instances muséales qui pourraient développer des expositions qui leur soient propres et qui ne soient pas simplement calquées sur un modèle unique et homogène parfois trop présent, à savoir celui de l'exposition géminée. Le *Google Art Project* semble lui aussi destiné à demeurer, du moins quelques années<sup>3</sup>, dans le paysage internet mondial. Déjà lors de son lancement en 2011, plusieurs observateurs soulignaient la nécessité de bonifier le site<sup>4</sup> qui a fait l'objet d'une refonte majeure en avril 2012 et les organisateurs soutiennent qu'une croissance constante est à prévoir.

## Présentation des chapitres

Le numérique, en constituant le langage qui engendre et organise l'exposition virtuelle, la façonne et la détermine considérablement. C'est donc à l'exploration des implications du médium virtuel sur l'exposition qu'est consacré le premier chapitre de cette étude, chapitre qui se veut plus théorique qu'appliqué. Il importe d'abord de distinguer

---

<sup>2</sup> Voir (SMQ 2011).

<sup>3</sup> Ce qui demeure très long sur Internet où tout est rapidement remplacé et considéré désuet.

<sup>4</sup> Parmi ceux-ci, Marion Cocquet (Cocquet 2011), Sascha Freudenheim (Freudenheim 2011), Katherine Hart (Hart 2011), Ionna Panagiotopoulou (Panagiotopoulou 2011), Jed Perl (Perl 2011), Nancy Proctor (Proctor 2011), Sebastian Smee (Smee 2011), Alastair Sooke (Sooke 2011) et même le chargé de projet du *Google Art*

l'exposition des formes de présentation virtuelle qui s'y apparentent, principalement « l'archivage informatif public » qui rend disponible sur Internet – pour l'usage des professionnels comme des amateurs – les contenus muséaux sans pour autant établir de liens entre eux. Il apparaît que l'exposition virtuelle, au même titre que son précurseur physique, se révèle dans l'établissement de liens cohérents et significatifs entre les œuvres au-delà de leur simple juxtaposition. Ces liens sont par ailleurs exemplifiés par le fondement même des expositions virtuelles dont la structure organisationnelle, dépendante du langage mathématicoinformatique, prescrit souvent l'homogénéité en raison des diverses compétences qu'elle requiert des instances muséales ne possédant pas les ressources pour innover en la matière. Ce même langage autorise la modularité de l'exposition virtuelle en s'éloignant de la hiérarchisation pour privilégier une présentation réseautique des données. Nous postulons que cette organisation convoque de nouvelles manières d'approcher la consultation desdites données de sorte que la figure de l'internaute n'est plus limitée à celle du chercheur universitaire ou du chercheur dans le domaine des communications : la figure, récurrente en art, du flâneur mérite d'être actualisée en regard d'une flânerie virtuelle qui prend place dans le cyberspace, d'hyperlien en hyperlien dans une offre informationnelle grandissante et multiple.

Le rapport qu'établit l'internaute avec l'information par la représentation est déterminant dans l'établissement de l'exposition virtuelle comme outil didactique s'inscrivant dans la fonction de *learning centre* du musée. Dans la perspective d'une flânerie virtuelle où l'attention est dispersée, cette fonction didactique requiert d'abord et avant tout d'attirer l'attention de l'internaute vers l'offre expositionnelle du musée. Dans l'abondance informationnelle disponible sur Internet, il est crucial pour l'institution muséale désireuse d'établir un contact avec ses publics (surtout flâneurs) de faire événement afin d'en retenir l'attention. L'exposition virtuelle est envisagée par les musées comme un moyen d'attirer les publics vers leurs expositions en rehaussant la valeur authentique et auratique de l'original par la fonction documentaire et didactique de la

reproduction. Dans cette optique, il ressort que les expositions virtuelles convoquent dans leur structure organisationnelle (discours, narrativité, lieux communs, etc.) leur équivalent physique dans un désir de cohérence et ce, malgré le fait que l'exposition traditionnelle soit fondée sur un principe de linéarité contrairement à sa contrepartie virtuelle qui se base sur la transversalité.

L'articulation d'une exposition virtuelle avec sa contrepartie physique est l'un de ses aspects les plus déterminants. Dans la majorité des cas, la copie est privilégiée et les expositions favorisant la complémentarité sont rares. *Art pour tous : Les œuvres d'art de l'Université de Montréal s'exposent* en est un exemple et constitue la première étude de cas de ce mémoire. Le deuxième chapitre portera donc sur la manière dont une exposition virtuelle peut évoquer dans sa structure organisationnelle sa contrepartie physique. Les œuvres ayant été insérées dans leur lieu (acte d'exposition) avant même d'être *mises* en exposition, le contenu expositionnel physique est dispersé sur une multitude de lieux de sorte que la narrativité expositionnelle doit réunir à la fois les œuvres et leurs emplacements. C'est le virtuel qui établit la continuité expositionnelle et inscrit les œuvres dans un discours cohérent. À cet effet, nous posons que le médium virtuel est privilégié non seulement en raison de sa popularité actuelle, mais surtout parce qu'il permet de formuler dans la virtualité un énoncé narratif qui se concrétise dans l'espace réel.

Afin d'assurer à l'œuvre son statut et d'éviter que la représentation ne soit perçue comme un substitut, c'est une approche documentaire qui est favorisée par le virtuel, ce qui exemplifie le rôle de médiateur de ce dernier. Dans le volet physique, une interaction de « collégialité scientifique » avec les œuvres est proposée : les visiteurs des œuvres se trouvent sur le lieu d'avancement des savoirs de leur propre pratique de sorte qu'ils sont en mesure de percevoir dans l'œuvre les références scientifiques qui s'y trouvent (lorsque c'est le cas). Chaque œuvre a son lieu et est considérée ponctuellement, sans que les liens avec les autres œuvres ne soient visibles. La continuité entre les œuvres ne s'énonçant que dans le parcours virtuel, une distinction entre le visiteur et le spectateur s'affirme: le visiteur, dans le lieu physique, se trouve confronté à l'œuvre ponctuelle alors que le spectateur,

utilisateur du virtuel, est face à l'ensemble de l'exposition. À l'instar de sa contrepartie physique, le volet virtuel attache au lieu une importance qui, parce qu'elle est commune, instaure un lien fort entre les deux. Alors que le volet physique s'attache au lieu pour y faire ressortir l'importance de l'œuvre, le volet virtuel met en évidence le contexte de son collectionnement.

Ce principe du collectionnement est souvent celui sur lequel se concentre l'attention des expositions virtuelles puisqu'elles convoquent par leur médium leurs attributs archivistiques. Ainsi, l'exposition virtuelle archive l'exposition qu'elle évoque et le rassemblement de cette « archive expositionnelle » nécessite d'être examiné. Puisque l'exposition virtuelle demeure un phénomène récent, encore peu de sites internet en réunissent plusieurs, surtout issue de musées différents. Le troisième et dernier chapitre portera donc sur le *Google Art Project*, une exposition virtuelle très particulière. En effet, bien qu'il soit le fruit d'une entreprise à vocation d'abord techno-informatique, ce projet a pour but de diffuser les collections des musées du monde afin de démocratiser un accès à la fois à l'art et à la culture qui l'entoure. Il présente donc sur ses pages les collections de musées qui sont ses partenaires dans cette entreprise<sup>5</sup>, il « collectionne les collections ». Dans la perspective de l'absence de qualifications artistiques du *Google Art Project*, c'est aux musées que revient la production de textes contextualisant les œuvres. Le *Google Art Project* est émetteur d'un contenu (les expositions virtuelles) qui n'est pas le sien et dont la conception ne lui revient pas : le *Google Art Project* diffuse, mais c'est le musée qui expose à travers lui.

Néanmoins, à défaut de pouvoir présenter lui-même un discours sur celles-ci, le projet met en scène ses objets (les collections). Le *Google Art Project* se détache des fonctions documentaires, généralement associées à l'exposition, pour les confier aux institutions muséales. Nous avançons que, ce faisant, le projet ancre l'expérience de son site

---

<sup>5</sup> Ici, le terme entreprise est utilisé dans son sens général d'entreprendre quelque chose et non pas en regard de sa signification économique.

dans l'émotivité plutôt que dans l'informativité et ce par trois principales stratégies.<sup>6</sup> Premièrement, la présentation de données – généralement sous la forme d'images – plutôt que d'informations élimine la nécessité de médiation ou de contextualisation sur le site : l'information se trouve par la recherche de sorte que la rationalisation de l'expérience est exportée en périphérie du site. Deuxièmement, la spectacularisation de ces données, notamment par les prises de vues inattendues, élicite l'étonnement et suggère l'exclusivité. Troisièmement, la création de collections et de pages personnelles ainsi que d'activités ludoéducatives concentre l'attention sur l'internaute et ce qu'il ressent plutôt que sur l'œuvre dont il est question.

Les musées doivent demeurer concurrentiels dans le contexte d'une économie touristique de plus en plus compétitive et l'avantage publicitaire que comporte une association avec *Google* n'est pas négligeable. En contrepartie, le musée n'est plus propriétaire d'une partie de son propre espace virtuel qui est fragmenté, une fraction de celui-ci étant dévolue à son « partenaire ». Le contenu textuel adjacent aux œuvres lui revient toujours, mais la présentation demeure celle de *Google* qui impose l'homogénéité de sorte que le musée, en bien ou en mal, s'efface derrière son œuvre et la technologie qui la révèle. C'est à ce titre qu'il importe de questionner une potentielle instrumentalisation des œuvres au nom de la démocratisation de savoirs qui leur sont connexes.

À cet effet, nous arguons que la plateforme de *Google* démocratise plus sa propre technologie, en permettant de la manipuler, qu'une expérience véritable de ses contenus artistiques. Bien qu'il y ait diffusion de savoirs et de contenus artistiques, ceux-ci mettent en évidence la technologie qui les rend disponibles à la flânerie virtuelle et sujets à la manipulation. La reproduction, en n'étant pas sacralisée au même titre que l'œuvre qui en est la genèse, autorise la manipulation dans sa structure même : le langage informatique qui lui donne lieu. De ce fait, l'image est déracinée de sa niche fréquente de témoin de l'histoire pour être projetée dans la réalité virtuelle de l'internaute et de sa visite. C'est un moyen à la fois de le fidéliser et d'attirer son attention. La qualité de l'expérience n'est plus

---

<sup>6</sup> C'est d'ailleurs un choix intéressant compte tenu du fait que le mandat premier de l'entreprise concerne

le principal critère d'évaluation de l'expérience expositionnelle alors que la démocratisation technologique prend le dessus afin de permettre la consommation « par hasard » et la flânerie virtuelle.

Dans ce contexte, nous considérons que la fragmentation de l'espace virtuel du musée et la dissolution de l'attention du spectateur donnent lieu à un éclatement des modes de relation qui se multiplient et s'additionnent. Parmi ceux-ci, trois types ressortent, notamment dans le cas du *Google Art Project*. Premièrement, la relation linéaire établit une narration unique confinant l'internaute à un rôle prédéterminé qui ne donne pas réellement lieu au dialogue. Deuxièmement, la relation transversale permet ce même dialogue, mais l'exporte en périphérie de l'espace expositionnel, notamment dans les médias sociaux – qui sont par ailleurs le lieu d'une discussion entre les internautes eux-mêmes et non pas avec le(s) musée(s). Troisièmement, la relation aléatoire instaure un rapport ponctuel du spectateur à l'œuvre dans un désir de connaissance et de quête de savoir. Dans tous les cas, l'exposition virtuelle qui vise d'abord à inciter à la visite physique s'avère aussi être archivage d'une mise en exposition qui n'est pas immuable et qui, un jour, ne sera plus représentative de la réalité physique à laquelle elle réfère. Dans tous les cas, la plateforme, elle-même manipulable, soutient le modèle de la flânerie virtuelle en offrant un accès décentralisé et déhiérarchisé aux pages du site.

Ainsi, ces études de cas devraient montrer comment deux expositions virtuelles, aux portées très différentes, peuvent représenter, chacune à sa manière, ce tournant important dans l'approche qu'adoptent les institutions muséales à l'égard de leurs spectateurs, et dans les moyens qu'ils choisissent pour les rejoindre.

## 1. L'exposition virtuelle : une mise en contexte

À de rares exceptions près, les musées d'art ne favorisent pas les expositions exclusivement virtuelles, contrairement à d'autres types de musées qui voient en l'artefact une valeur historique, sociale ou éducative plutôt que culturelle, spirituelle ou contemplative.<sup>7</sup> L'institution muséale, surtout artistique, entretient encore des préoccupations, pour ne pas dire des craintes, en ce qui a trait à la substitution des œuvres ou à la concurrence de la fréquentation muséale par l'utilisation de dispositifs médiatiques. Les musées se consacrent essentiellement à la préservation et à la présentation d'originaux, ce qui peut expliquer leur réticence face aux expositions virtuelles autonomes. La représentation virtuelle (numérique dans la plupart des cas) n'est par ailleurs pas un substitut valable des œuvres originales, tant du point de vue des professionnels que des publics. Dans une étude consacrée à ce sujet, Joëlle Le Marec conclut que les visiteurs ne perçoivent pas l'exposition virtuelle comme une alternative à l'exposition physique, mais bien comme un complément de celle-ci :

Les sites web n'altèrent pas, à l'échelle des relations entre public et institutions, les représentations de la spécificité muséale [...] les visiteurs cherchent dans les dispositifs de médiation des moyens de se rapprocher d'un idéal de la relation entre l'institution et ses publics (Le Marec 2004 : 16).

Il importe donc de considérer les expositions virtuelles comme elles sont appréhendées par leurs publics, à savoir comme un outil supplémentaire, relevant à la fois de la médiation et du didactisme.

La mise en ligne d'une exposition virtuelle exige temps ainsi que ressources humaines et financières : il faut entre autres effectuer des recherches sur les œuvres, adapter la représentation de ces dernières au médium virtuel (souvent par la photographie numérique), mettre en place une page internet, la maintenir à jour et s'assurer qu'elle demeure fonctionnelle. C'est donc une exigence supplémentaire pour l'institution muséale

---

<sup>7</sup> Les musées de science ou d'histoire présentent souvent des expositions exclusivement virtuelles. Par exemple, le musée *20 voices* vise à devenir un point de référence au sujet des Arméniens, peuple dont il tente de restituer l'histoire par le biais d'une exposition virtuelle presque cent ans après son génocide par les Ottomans (la date officielle de début du génocide est située en 1915 par la majorité des historiens), par le biais de capsules vidéos, de photographies, etc. Le musée est accessible à l'adresse suivante :

qui trouvera plus efficace de déployer des compléments virtuels des expositions physiques, plutôt que de mettre en place deux expositions distinctes qui présenteraient toutes deux des œuvres d'art existantes issues des collections de musées.<sup>8</sup> De plus, parce que les internautes considèrent l'exposition virtuelle comme une forme de médiation supplémentaire, ils continuent de privilégier, quand ils le peuvent, la visite muséale physique. Pour toutes ces raisons, l'exposition virtuelle est souvent appréhendée, tant par les publics que par les institutions muséales, comme une opportunité de démocratisation de l'information. Cette démocratisation ne porte cependant pas sur les œuvres elles-mêmes, mais sur le contenu didactique qui les entoure. Encore une fois, Le Marec précise :

Les technologies de la communication et les médias ont été accueillis dans le champ éducatif comme des moyens de réactiver l'utopie d'une démocratisation de l'accès au savoir, et dans le champ culturel, comme un relatif danger pour la construction d'un rapport direct aux œuvres (Le Marec 2004 : 16).

Les technologies de la communication, et l'exposition virtuelle parmi elles, en rendant disponible une grande quantité de contenu didactique, peuvent engendrer un intérêt auprès des publics, principalement ceux qui ont déjà un intérêt pour l'art. Il importe toutefois de préciser que cette démocratisation des savoirs artistique qui entourent l'œuvre ne remplace pas cette dernière avec laquelle le rapport direct est toujours encouragé : en fait, le but premier de nombreux contenus artistiques sur Internet est souvent d'inciter les publics virtuels à une visite physique (Nystrom 2000 : 33). Parmi ces contenus, il importe de distinguer l'exposition virtuelle du strict archivage informatif de savoirs muséaux.

### **1.1. L'exposition virtuelle et l'« archivage informatif »**

L'exposition virtuelle comporte un aspect médiatique<sup>9</sup> très important : les musées prennent soin de mettre les reproductions d'œuvres en contexte dans Internet (avec des textes par exemple) au même titre que l'œuvre originale est mise en scène dans les salles du musée. Il faut toutefois distinguer exposition virtuelle et « archivage informatif » (public).

---

<http://www.twentyvoices.com/museum.html>.

<sup>8</sup> Cette réflexion exclut bien entendu les expositions virtuelles qui présentent des œuvres d'art numérique, internet, *Web Art*, etc.

Les sites des grands musées, comme le Metropolitan Museum of Art ou le Louvre, qui présentent des textes contextualisants adjacents aux reproductions permettent d'illustrer cela et mettent en évidence que la contextualisation et la présentation ne constituent pas les seuls composants d'une exposition, même virtuelle. De nombreux musées présentent (en plus des expositions virtuelles) un site d'« archivage informatif » : les œuvres sont archivées publiquement sous forme de représentation numérique – rendant la consultation de la collection plus aisée pour le public comme pour les professionnels – et s'accompagnent respectivement d'un ou de (courts) textes informatifs. La plupart des grands musées, occupant une place cruciale internationalement (Tate, Metropolitan Museum of Art, Louvre, etc.), possèdent de tels systèmes d'archivage (cela n'empêche en aucun cas les musées de présenter des expositions virtuelles en plus de sites d'archivage informatif).<sup>10</sup> Par exemple, la fiche du *Bénédictité* de Jean-Baptiste Siméon Chardin, disponible dans la base *Atlas* du Musée du Louvre, présente une reproduction de l'œuvre avec des textes informatifs (voir annexe, figure 1). Le site indique les informations nécessaires à une notice d'œuvre (format et matière, historique d'acquisition, etc.) ainsi qu'un texte de Vincent Pomarède contenant des informations relatives à la réception tant historique que contemporaine de l'œuvre, texte qui réfère même à la matière de l'œuvre : « La matière grumeleuse des œuvres antérieures laisse place ici pour la première fois à une exécution plus lisse, plus finie » (Pomarède 2012). Toutefois, les « œuvres antérieures » évoquées ne sont pas nommées et l'exécution « plus lisse, plus finie » reste difficile à distinguer compte tenu du format de l'image et de l'absence de l'œuvre (l'absence de comparaison rendant ces caractéristiques d'autant plus difficiles à distinguer). Dans un tel système d'archivage, il n'y a pas de relation explicitement établie entre les œuvres, de sorte que la présentation ne porte que sur *cette* œuvre sans instaurer de lien avec d'autres. Dans le cas de l'archivage informatif, la référence à d'autres œuvres vise uniquement une mise en valeur de celle qui est consultée. C'est donc dans la mise en place d'un discours

---

<sup>9</sup> Médiatique tant comme médium technologique que comme média (de masse).

<sup>10</sup> Tate : <http://www.tate.org.uk/art>

Metropolitan Museum of Art : <http://www.metmuseum.org/collections>

expositionnel que se construit l'exposition virtuelle. Cette dernière est en cela similaire à sa contrepartie physique où le rassemblement d'œuvres n'est pas non plus suffisant à la qualification d'exposition : par exemple, le fait de rendre accessible les réserves d'un musée pour une journée ne ferait pas des œuvres disponibles une exposition. Rendre publique la collection, que ce soit de manière physique ou virtuelle, ne suffit pas à en faire une exposition. L'archivage informatif, bien qu'il soit nécessaire, ne permet pas aux œuvres de se côtoyer et vise d'abord et avant tout à les isoler afin que l'attention se concentre sur une seule d'entre elles; à ce titre, il ne peut se qualifier d'exposition.

De nombreux auteurs ont mis en évidence l'importance du discours muséal et de la médiation dans le cas des expositions physiques, notamment Mieke Bal et Charles Saumarez-Smith (Bal 1996; Saumarez-Smith 1989). Au même titre que la médiation physique, la médiation virtuelle est extrêmement présente, souvent dans des formes similaires, mais aussi dans des formats qu'il est impossible de trouver dans un musée. Par exemple, une exposition physique peut comporter des références à des œuvres d'art extérieures qui ne sont pas accessibles dans le musée (pour diverses raisons : prêt impossible, œuvre détruite, etc.). Dans le cas d'une exposition virtuelle par contre, il est aisé de fournir des images d'œuvres connexes dans le même médium (la photographie numérique) ou encore de créer des hyperliens vers celles-ci. La proximité entre les représentations d'œuvres s'en trouve donc grandement réformée. La médiation se fait également par le biais d'hyperliens, d'images supplémentaires, d'explications formelles qui peuvent être démontrées plus clairement, etc. Elle devient supplémentaire, mais aussi plus aléatoire puisque l'Internet est un environnement que le musée ne peut pas contrôler comme ses salles. Les musées sont en mesure de limiter les objets d'attention de leurs visiteurs en raison de l'aspect circonscrit de leurs salles : l'information disponible lors d'une exposition se limite à celle qui y est offerte. Cela tend toutefois à changer alors qu'il est de plus en plus possible d'utiliser internet à l'intérieur même du musée, avec des appareils mobiles par exemple. L'exposition virtuelle, elle, ne peut en aucun cas prescrire à ses visiteurs une

attention ciblée et limitée à sa propre page, elle se déploie dans des espaces multiples. Dans cette optique, elle en tire plutôt parti en encourageant l'éclatement des modes de relation à l'exposition.<sup>11</sup>

### 1.1.1. L'objet prétexte

En parallèle de cet éclatement de l'exposition virtuelle dans des espaces multiples s'articule l'homogénéisation de ces derniers sous le numérique. Dans son ouvrage *L'art au musée. De l'œuvre à l'institution*, Christine Bernier souligne que la notion d'industrie culturelle évoquée par Théodore Adorno a mené à une « théorie critique de la culture de masse où l'homogénéisation, par voie de standardisation des produits et des comportements de leurs consommateurs, est inhérente à la culture médiatique » (Bernier 2002 : 9). Dans ce sens, ce serait à un désir d'homogénéisation que répondrait l'exposition virtuelle en « nivelant » les œuvres vers un médium commun les assujettissant à la bidimensionalité. L'auteure mentionne toutefois que la notion de culture de masse mérite d'être remise en question<sup>12</sup> à la lumière des réflexions d'Éric Macé qui considère qu'il vaudrait mieux parler de *médiaculture* : « Nous ne pouvons plus aujourd'hui continuer à parler de culture de masse [...] c'est la déconstruction par étape de la notion de *culture de masse* qui conduit à proposer celle de *médiacultures* » (Macé 2006 : 131).<sup>13</sup> Il souligne par ailleurs qu'il n'est plus possible de résumer la diversité des comportements sous le phénomène de la culture de masse :

« D'après les philosophes de l'École de Francfort, les industries culturelles de capitalisme avancé auraient liquidé définitivement toute possibilité de conscience de

---

<sup>11</sup> Une problématique discutée dans le troisième chapitre, voir section 3.4

<sup>12</sup> Bernier considère en effet qu'il importe de remettre en question l'idée de culture de masse en regard de diverses publications récentes dont celle de Macé. Sa position à ce sujet n'est pas publiée à ce jour et est exprimée dans le cadre d'un échange de courriels avec elle.

<sup>13</sup> Médiaculture : « l'ensemble des rapports sociaux et des expériences médiatisées par les représentations médiatiques et leurs usages. Typiques des mutations historiques postindustrielles, les médiacultures auront ainsi alimenté l'imaginaire collectif et accompagné le passage des sociétés modernes, celles des États-nations et du travail industriel, aux sociétés d'une seconde modernité, celles de l'individualisme incertain et détraditionnalisées, celles de l'interconnexion transnationale des réseaux, des marchés, des identités et des risques [...] Elles constituent finalement des rapports sociaux engrammés dans des produits culturels et engagés dans les conflits de définition qui président à la production et l'interprétation de ces produits culturels » (Macé 2006 : 12, 20).

classe ouvrière et de critique sociale artiste ou intellectuelle. Non seulement en détruisant la culture populaire "authentique" et la culture savante, mais en les remplaçant par une culture commune réduite à l'unidimensionnalité d'un divertissement, d'un kitsch et d'un bonheur produit et consommé industriellement. Or, cette théorie ne se vérifie pas. Certes, comme le rappellent fortement les *cultural studies*, il existe dans la culture [...] des rapports de pouvoir pouvant avoir des effets de domination, mais ceux-ci sont *sans garantie*. D'abord parce que l'expérience sociale populaire n'est pas réductible à cette forme historique qu'a été la "culture populaire ouvrière" [...] L'expérience sociale des groupes subalternes – qu'il s'agisse de rapports de classe, de genre, de "race" ou d'ethnicité – tend au contraire à s'exprimer de façon toujours renouvelée dans l'invention de nombreuses *subcultures* ou *contre-cultures* (dont une grande part acculture à son tour la culture de masse, comme on le voit avec le jazz, le punk, le hip-hop et les cultures gays et lesbiennes » (Macé 2006 : 132).

Dans le monde virtuel, c'est sous l'égide du langage numérique que subsiste l'homogénéisation en ramenant toutes les expositions virtuelles à une structure similaire. L'exposition virtuelle, notamment en raison de son origine institutionnelle, n'entre que peu en contact avec ces contre-cultures auxquelles réfère Macé. En effet, la mise en place d'une exposition virtuelle requiert des connaissances et des compétences informatiques qui n'ont pas été, jusqu'à maintenant, parmi les priorités des musées. La mise en place d'expositions virtuelles exige déjà beaucoup des institutions aux ressources limitées, ce qui n'encourage pas l'innovation numérique. L'exposition virtuelle demeure donc, même dans le contexte des médiacultures, une sollicitation relativement homogène du public dont les résultats ne sont pas garantis.

De la liste des 1000 sites les plus consultés par les internautes (pour l'année 2011), aucun n'est issu de monde de l'art (Google 2011). Le dernier site de la liste (tvguide.com) est consulté par 0,3% des internautes. Il est donc certain que le site artistique le plus consulté l'est par moins de 0,3% des internautes. Cela représente néanmoins un grand nombre de personnes et un public potentiel intéressant. Il demeure toutefois légitime de questionner la viabilité publicitaire des expositions virtuelles lorsqu'elles sont envisagées dans le but unique d'acquérir de nouveaux publics. Dans le cadre d'études à la fois quantitatives et qualitative sur le sujet, l'agence patrimoniale danoise a conclu que les

utilisateurs des sites internet sont, dans une majorité, déjà des utilisateurs des contenus muséaux de sorte qu'ils ne constituent pas de nouveaux publics.<sup>14</sup> L'étude souligne aussi que 51% des répondants considèrent que le site devrait être un lieu d'apprentissage (Kulturarv 2010 : 17). Ceci tend à confirmer qu'il vaut mieux envisager ces sites dans l'optique d'une médiation supplémentaire auprès de publics gravitant déjà autour du monde muséal. Elisabeth Caillet soutient d'ailleurs que l'œuvre existe comme telle par l'interaction qu'elle engendre : « L'œuvre existe dans l'interaction qu'elle produit avec l'espace d'exposition et avec le spectateur [...] transformant tout espace en musée potentiel » (Caillet 1995 : 83). La représentation ne porte pas intrinsèquement ce potentiel d'interaction avec le spectateur et son espace, il importe donc de « muséaliser » la représentation afin de lui conférer la légitimité nécessaire à sa fonction didactique. L'objet muséalisé est d'abord et avant tout porteur d'information, comme le souligne François Mairesse :

« l'objet porteur d'information (objet document), muséalisé, s'inscrit au cœur de l'activité scientifique du musée, qui vise à explorer la réalité par l'étude de ses fragments (les *vraies choses*) [...] Le musée, dans sa conception scientifique, ne présente pas seulement de beaux objets, mais invite avant tout à en comprendre le sens » (Mairesse 2011 : 252).

L'approche de Mairesse est intéressante dans la mesure où il parle du musée comme le musée traite l'objet : il s'agit ici aussi de quelque chose qui « témoigne » au même titre que l'objet-document de sorte que le musée devient lui-même témoin. En raison de sa fonction d'archivage, Internet se rapproche beaucoup de cet aspect du musée. En évacuant l'expérience vécue de l'objet, l'exposition virtuelle et Internet contraignent le spectateur à se concentrer sur l'importance historique et documentaire de l'œuvre, sur sa place dans la collectivité et sur ce qui justifie cette place. Le rapport à l'objet est alors déplacé de

---

<sup>14</sup> Both the quantitative and the qualitative survey show that [...] all the users of museum websites also use the physical museums. This means that there is hardly anyone who uses the museums' websites who does not visit the physical museum. (Kulturarv 2010 : 17).

l'expérience individuelle vers la valeur (symbolique) collective, qu'elle soit reconnue comme telle ou non.<sup>15</sup>

Dans cette optique, c'est une version édulcorée et incomplète de l'œuvre qui serait offerte au visiteur virtuel. Par contre, l'exposition virtuelle peut aussi être considérée comme un supplément pour le spectateur d'une exposition physique des œuvres. John Howard Falk et Lynn Diane Dierking expliquent dans *The Museum Experience* que les visiteurs récurrents définissent et raffinent leurs attentes par rapport au musée en ce qui a trait à ce qu'ils y voient et ce qu'ils y font : chacune de leurs visites dans un musée clarifie l'étendue et la séquence potentielle de leur prochaine visite :

Frequent visitors continually define and refine their expectations of what to see and what to do. Every visit to a museum clarifies the scope and potential sequence of the next visit [...] Informed expectations [lead] to a close fit between the visitor's museum agenda and the actual museum experience (Falk et Dierking 1992 : 26, 37).

Dans cette perspective, l'exposition virtuelle ne représente plus un manque, mais bien un atout dans la mesure où elle permet au visiteur de présélectionner ce qu'il veut ou ne veut pas voir, à quel moment, dans quel contexte. En effet, l'exposition virtuelle offre l'avantage d'être disponible en tout temps et en tout lieu, pourvu que l'utilisateur soit muni d'une connexion internet fonctionnelle. Elle permet au spectateur de la visiter, de repérer ce qui l'intéresse le plus (comme un « guide de visite » muséal), sans pour autant être limité par des contingences physiques : fatigue musculaire, heures d'ouverture limitées, achalandage important dans certains cas, ce qui rend difficile l'examen visuel des artefacts; l'option virtuelle à des fins informatives est dès lors légitime.

### **1.1.2. Le flâneur virtuel**

Selon Statistiques Canada, 75% des Canadiens utilisent Internet à des fins personnelles au moins une fois par jour et c'est fréquemment la première ressource utilisée lors de la recherche d'informations (Statistiques Canada 2011). La présence virtuelle d'une institution s'avère donc essentielle à sa reconnaissance dans le monde réel, ce qui explique

---

<sup>15</sup> *Art pour tous* est exemplaire de ce type d'expérience (voir section 2.1.1).

la nécessité pour le musée d'investir le cyberspace. Sans présence virtuelle, le musée risque d'être méconnu d'une grande partie de ses publics cibles. Mais c'est aussi une manière d'établir un lien avec des spectateurs potentiels qui n'auraient pas eu connaissance d'un musée ou d'une exposition autrement que par le « bouche à oreille » virtuel, l'hyperlien. De lien en lien, de site en site, un spectateur potentiel peut maintenant accéder aux pages du musée sans que cela n'ait été son but premier. Apparaît alors un nouveau type de visiteur virtuel, qui n'est pas en quête d'information précise et n'utilise plus internet selon les strictes modalités de la recherche.

Le flâneur est un personnage souvent évoqué dans les écrits sur l'art, entre autres depuis Baudelaire qui lui a accordé un rôle important. Il affirme, en parlant du flâneur « M.G. », incarnation de la modernité en art dont il sera révélé plus tard qu'il s'agissait de Constantin Guys<sup>16</sup>, qu'il se plaît à se fondre, anonymement, à la foule :

La foule est son domaine, comme l'air est celui de l'oiseau, comme l'eau celui du poisson. Sa passion et sa profession, c'est d'*épouser la foule*. Pour le parfait flâneur, pour l'observateur passionné, c'est une immense jouissance que d'élire domicile dans le nombre, dans l'ondoyant, dans le mouvement, dans le fugitif et l'infini. Être hors de chez soi, et pourtant se sentir partout chez soi; voir le monde, être au centre du monde et rester caché au monde, tels sont quelques-uns des moindres plaisirs de ces esprits indépendants, passionnés, impartiaux, que la langue ne peut que maladroitement définir. L'observateur est un *prince* qui jouit partout de son incognito. L'amateur de la vie fait du monde sa famille, comme l'amateur du beau sexe compose sa famille de toutes les beautés trouvées, trouvables et introuvables ; comme l'amateur de tableaux vit dans une société enchantée de rêves peints sur toile. Ainsi l'amoureux de la vie universelle entre dans la foule comme dans un immense réservoir d'électricité. On peut aussi le comparer, lui, à un miroir aussi immense que cette foule; à un kaléidoscope doué de conscience, qui, à chacun de ses mouvements, représente la vie multiple et la grâce mouvante de tous

---

<sup>16</sup> Dans une édition posthume du « Peintre de la vie moderne » publiée en 1869, *L'art romantique* affirme : « Tout le monde sait qu'il s'agit ici de M. Constantin Guys, dont les merveilleuses aquarelles sont connues et recherchées des amateurs et des artistes. On verra dès les premières pages suivantes pour quels motifs de délicatesse et de déférence Charles Baudelaire s'est abstenu de désigner son ami autrement que par des initiales dans le cours de cette étude. Nous avons respecté dans le texte cette condescendance de Charles Baudelaire, sans revendiquer ailleurs que dans cette note les droits de l'auteur » (Acierno & Baquero Cruz 2009 : 56).

les éléments de la vie. C'est un *moi* insatiable du *non-moi*, qui, à chaque instant, le rend et l'exprime en images plus vivantes que la vie elle-même, toujours instable et fugitive (Baudelaire 2009 : 16-17).

Le flâneur déambule en quête d'une trouvaille dont il ne connaît pas préalablement la nature. C'est une « personne qui flâne, ou qui aime à flâner [...] qui aime à ne rien faire » alors que le fait de flâner en tant que tel consiste à « se promener sans hâte, en s'abandonnant à l'impression et au spectacle du moment » (Morvan & Rey 2005 : vol. 2, 1041). Traditionnellement, le flâneur est associé au fait de rester longuement dans un même endroit, mais l'individu en question est toujours en mouvement (il marche lentement) et n'attend pas quelque chose.

Ce concept gagne à être mis à jour dans le contexte de la réalité virtuelle. En effet, la promenade n'implique plus nécessairement d'activité physique, elle peut maintenant se projeter dans le cyberspace. Baudelaire inscrit la figure du flâneur dans la modernité qu'il définit de la manière suivante : « La modernité, c'est le transitoire, le fugitif, le contingent, la moitié de l'art, dont l'autre moitié est l'éternel et l'immuable » (Baudelaire 2009 : 20). Le cyberspace semble ici pouvoir se qualifier comme un environnement non seulement moderne, puisqu'il dispose de ces caractéristiques, mais propice à la flânerie de par sa structure réseautique modulable qui encourage l'établissement de liens non-linéaires ou hiérarchiques. En acceptant que ce concept puisse être traduit dans la réalité virtuelle, il est possible de se questionner sur ce que c'est que de « flâner virtuellement ». Il s'agirait de se « promener » dans le cyberspace, sans hâte, « en s'abandonnant à l'impression et au spectacle du moment », ce qui met en évidence l'importance pour le musée virtuel de créer un évènement, un spectacle qui attire l'attention et suscite la flânerie virtuelle sur une page précise. Les principes organisateurs des moteurs de recherche comme Google<sup>17</sup> imposent que les résultats soient triés par pertinence, mais aussi en fonction de leur « audience »

---

<sup>17</sup> Le choix de ce moteur de recherche particulier découle du fait que c'est le plus utilisé actuellement, mais les conclusions qui en découlent peuvent généralement être appliquées à d'autres moteurs de recherche. Bien qu'ils ne soient pas conçus selon les mêmes principes, les modes de fonctionnement structurels sont suffisamment similaires pour une analyse générale dans le cadre d'une réflexion qui ne se porte pas sur eux en tant que tels.

(plus une page est consultée, plus elle a de probabilité d'apparaître dans les premiers résultats d'une recherche, après l'application du critère de la pertinence bien entendu).<sup>18</sup>

Le fait de flâner à un endroit implique que le flâneur s'y est arrêté en raison d'un intérêt pour le lieu, ce qui s'y produit, « l'évènement ». La création de l'évènement par l'œuvre est le symptôme d'une circonstance autre qui se manifeste clairement sur Internet, à savoir que l'intérêt pour l'œuvre, notamment dans la recherche, est déplacé vers le spectateur qui devient le point central de l'exposition. Alors qu'une exposition physique peut répondre à plusieurs objectifs (mettre en valeur les œuvres et l'expérience de celles-ci, souligner l'importance de la collection, initier un public à une œuvre, etc.), l'exposition virtuelle ne peut prétendre aux mêmes finalités puisqu'elle ne présente que des représentations. Walter Benjamin avait d'ailleurs expliqué que la reproduction actualise l'objet, le retire de son contexte pour l'amener dans le contexte du spectateur :

La technique de reproduction – telle pourrait être la formule générale – détache la chose reproduite du domaine de la tradition. En multipliant sa reproduction, elle met à la place de son unique existence son existence en série et, en permettant à la reproduction de s'offrir en n'importe quelle situation au spectateur ou à l'auditeur, elle actualise la chose reproduite (Benjamin 1991 : 143).

L'exposition virtuelle, et l'œuvre du même coup, est désormais axée sur le spectateur : sur sa présence, la durée de celle-ci, l'aboutissement à une visite physique, son cheminement (physique et didactique). Ainsi, la page virtuelle est organisée autour de thèmes centraux, dont ceux de la découverte et de l'apprentissage qui visent à impliquer le spectateur dans son parcours expositionnel virtuel.<sup>19</sup> Cette organisation évoque celle du musée lui-même dont Christine Bernier soutient qu'il est à la fois un lieu de spectacle et d'apprentissage :

---

<sup>18</sup> Dans ce contexte, la pertinence relève de la correspondance entre les mots de la recherche et du résultat et non pas de la qualité du contenu des pages. En 2011, le site le plus visité par les internautes aura été *Facebook.com* (Google 2012), mais il n'est pas le premier résultat lors d'une recherche portant sur le Musée des beaux-arts de Montréal, par exemple, parce qu'il n'est pas pertinent.

<sup>19</sup> C'est entre autres le cas de l'exposition *Art pour tous* qui présente les sections « Découvrir » (introduction aux programmes relatifs à l'exposition, comme le *Programme d'intégration des arts à l'architecture* et la collection de l'Université de Montréal) et « Se documenter » (qui inclut un glossaire et une bibliographie). Le *Google Art Project* comporte pour sa part une section intitulée « Education » qui vise à informer l'internaute : « A dedicated Education section has been created to provide simple tools to learn about the artwork featured on the Art Project » (Google Art Project 2012 : FAQs). Il y est question de l'importance de la touche, de la

Le musée d'art actuel se présente d'une part comme un lieu de spectacle qui sollicite le public selon les stratégies les plus courantes des médias et, d'autre part, comme un *learning centre* qui abrite les outils de transmission des savoirs destinés aux chercheurs (Bernier 2002 : 25).

Il s'agit « d'éduquer » le public en lui rendant disponible une source infinie d'informations, ce à quoi servent les rubriques bibliographiques des sites, dans des sections documentaires ou éducatives. L'approche instructive privilégiée par les expositions virtuelles implique la recherche d'informations – et par conséquent la *découverte* de ces dernières. L'expérience de l'œuvre n'est plus disponible pour provoquer une réaction chez le spectateur, puisque ce n'est pas l'œuvre qui est disponible, mais sa représentation, sa codification, ses aspects « scientifiques » par opposition à ses aspects « sensibles ».

Dans cette optique, pour rendre l'expérience virtuelle appréciable, il faut trouver une alternative à l'expérience « artistique ». Dans le cas de l'exposition virtuelle, cette alternative semble être l'attrait de la découverte, le fait de placer le navigateur en position d'exploration, ce qui lui permet d'avoir l'impression (probablement exacte dans bien des cas) d'être impliqué, de ressortir de son expérience grandi de manière similaire à ce qu'il ressent à la sortie du musée, mais pour des raisons différentes.<sup>20</sup> Il ne s'agit plus de contemplation, mais de quête d'une « trouvaille » qui apporte une satisfaction. Walter Benjamin s'inspire d'ailleurs de Baudelaire dans ses écrits sur le flâneur et affirme :

Le génie de Baudelaire, qui trouve sa nourriture dans la mélancolie, est un génie allégorique. Pour la première fois chez Baudelaire, Paris devient objet de poésie lyrique. Cette poésie locale est à l'encontre de toute poésie de terroir. Le regard que le génie allégorique plonge dans la ville trahit bien plutôt le sentiment d'une profonde aliénation. C'est là le regard d'un flâneur, dont le genre de vie dissimule derrière un mirage bienfaisant la détresse des habitants futurs de nos métropoles. Le flâneur cherche un refuge dans la foule. La foule est le voile à travers lequel la ville familière se meut pour le flâneur en fantasmagorie. Cette fantasmagorie, où elle apparaît tantôt comme un paysage, tantôt comme une chambre, semble avoir inspiré par la suite le décor des grands magasins, qui mettent ainsi la flânerie même au service de leur chiffre d'affaires.

---

couleur, du sujet de la représentation (voir les plans des sites en annexe).

<sup>20</sup> Voir chapitre 3, section 3.1.3

Quoi qu'il en soit les grands magasins sont les derniers parages de la flânerie (Benjamin 1982).

L'exemple du grand magasin comme lieu de flânerie est particulièrement intéressant puisqu'il peut être comparé au cyberspace où tout est disponible, offert au regard sans pour autant permettre de *posséder* l'objet de ce même regard. Au magasin les objets peuvent ne pas être accessibles pour diverses raisons (prix, disponibilité en inventaire, ...). Dans le cyberspace, les objets offerts demeurent intangibles puisqu'il s'agit d'abord de donner à voir et non pas de donner accès à quelque chose, ce qui se prête particulièrement bien à la flânerie. Dans cet esprit, l'exposition virtuelle s'apparente à l'objet de grand magasin dans la mesure où elle doit attirer l'attention des flâneurs qui parcourent le cyberspace : sa visibilité est garante de son succès auprès des flâneurs que sont les internautes. Pour ces derniers, la recherche d'une trouvaille est constante dans la vastitude du cyberspace, ce qui vient confirmer les similitudes entre les deux figures (celle du flâneur et celle de l'internaute) : c'est la déambulation/recherche comme la trouvaille qui les satisfait tous deux.

Benjamin souligne d'ailleurs l'importance de la quête pour le flâneur qu'il compare au détective amateur :

En ces temps de terreur où chacun tient par quelque chose du conspirateur, chacun peut également se trouver conduit à jouer au détective. La flânerie lui offrira les meilleures perspectives [...] Si le flâneur devient ainsi contre son gré un détective, cette transformation vient pour lui à propos socialement, car elle justifie son oisiveté. Son indolence n'est qu'apparente. Derrière elle se cache la vigilance d'un observateur qui ne quitte pas le malfaiteur des yeux. Le détective voit ainsi s'offrir à son amour-propre d'assez vastes domaines. Il élabore des formes de réaction qui conviennent au rythme, au tempo de la grande ville. Il saisit les choses au vol; il peut ainsi rêver qu'il est proche de l'artiste (Benjamin 1979 : 63).

C'est donc dire que, pour Benjamin, le flâneur est dans la foule, mais n'en fait pas partie : il est solitaire dans la multitude. Cela vient confirmer l'éligibilité du cyberspace comme lieu moderne de flânerie : l'internaute expérimente dans la solitude le cyberspace de l'exposition qui accueille pourtant, bien qu'il ne les perçoive pas, d'autres internautes. Cet espace est centré sur l'individu qui fait la visite plutôt que sur l'objet (ou la représentation)

qu'il vient contempler de sorte que la nature intrinsèquement sociale de la visite est évacuée – notamment par le virtuel.<sup>21</sup> Cette solitude induite par le cyberspace et caractéristique du flâneur impose l'établissement d'éléments retenant son attention dans l'exposition virtuelle, notamment par l'addition de contenus documentaires et didactiques.

En effet, il ne s'agit plus du spectateur face à l'œuvre, mais du spectateur face à une représentation qui peut acquérir une fonction promotionnelle. C'est à cette occasion que l'exposition adopte souvent une « attitude spectaculaire ». Élisabeth Caillet soutient que le musée lui-même relève davantage du spectacle, de l'évènement, que du média :

« Le musée est ce lieu où un objet qui a eu une utilité, une finalité, une destination, s'en trouve dépouillé [...] il dispose et distribue dans l'espace des objets, ou des traces, des représentations d'objets, d'évènements, d'assertions, avec un discours second, une seconde vue, une re-présentation [...] Le musée est donc davantage un spectacle qu'un média » (Caillet 1995 : 68).

Ce même spectacle dont il est question est ce qui permet de mettre en évidence l'importance de l'œuvre, sa légitimité artistique. Le contenu documentaire qui le constitue permet quant à lui d'offrir une expérience enrichissante en lien avec l'œuvre, bien qu'elle soit strictement didactique. À cet effet, le statut documentaire des contenus des expositions virtuelles est crucial dans l'établissement de l'autonomie esthétique de l'œuvre originale qui doit être à la fois conservé et mis en valeur afin d'éviter une instrumentalisation purement publicitaire au nom d'une démocratisation des connaissances par la flânerie virtuelle rendue possible par les aspects modulables de l'exposition.

## **1.2. Aspects modulables de l'exposition virtuelle**

Les expositions virtuelles se caractérisent par leur aspect modulable et flexible qui permet de mettre en relation des éléments de manière non hiérarchique. Récemment, cette approche semble adoptée par les institutions muséales dans leurs expositions où, selon Michelle Henning, le traitement de données et les nouveaux médias influencent souvent les

---

<sup>21</sup> C'est aussi de plus en plus le cas dans les institutions qui se concentrent souvent sur les spectateurs et leur expérience individuelle, de par la nature des œuvres ou de leur présentation. À ce sujet, voir entre autres les écrits de Jennifer Fisher sur le sens haptique et la manière dont il est utilisé en art et en muséographie (Fisher

pratiques expositionnelles. Ce n'est pas seulement parce que les nouveaux médias sont plus fréquemment insérés dans les contextes expositionnels, mais aussi parce que l'exposition ressemble de plus en plus aux nouveaux médias, notamment dans son organisation structurelle. Cette modularité des expositions virtuelles et des nouveaux médias permet également d'avoir un accès « flexible » à l'œuvre, d'y accéder de diverses manières (Henning 2007 : 40-41).<sup>22</sup> Un de ces modes d'accès, la recherche textuelle, introduit la description textuelle de l'œuvre, laquelle est souvent distincte de son titre. La représentation de l'œuvre est attachée à des termes qui ne sont pas nécessairement issus du titre; ils peuvent concerner sa description, son sujet ou tout texte figurant dans la même page, même si c'est dans une section différente puisque la recherche se fait par les termes. L'image acquiert, par le médium internet, une teneur et un contenu textuels. Les conventions d'utilisation d'Internet rendent impossible la présentation d'une œuvre sans qu'un langage lui soit associé. Conséquemment, l'image numérique même, dans son encodage mathématique, provient du langage. Au-delà de cette caractéristique, son emplacement dans la toile (son adresse) découle lui aussi du texte. Même lorsque la visite n'est pas directement un résultat de la recherche, elle est associée au langage par l'hyperlien. En effet, la flânerie virtuelle procède de l'hyperlien qui relève lui-même de la description claire et concise de ce vers quoi il mène puisqu'il est ultimement une explication abrégée, un résumé, du contenu sur le point d'être visité.

Pourtant, il est établi depuis longtemps en art que le fait de faire correspondre parfaitement mots et images est impossible et que chaque médium artistique a ses spécificités propres. Eileen Hooper-Greenhill mentionne à ce sujet que l'idée de faire correspondre mots et images a vite été considérée comme irrationnelle par les systèmes d'archivage des premiers musées :

These schemes for the ordering of words and things represented a new articulation of the

---

1989; Fisher 1997).

<sup>22</sup> Data-processing and new media seem to be shaping new exhibition practices. This is not just because new media are being inserted into the exhibitionary context but because the exhibition appears increasingly like new media [... One] thing which makes some contemporary exhibitions structurally similar to new media is the way in which they are flexible, made of modular parts (Henning 2007 : 40-41)

material world with language, knowledge and memory [...] It was not to be understood, as we ourselves 'know', that words represented thoughts rather than things. In this case, it was no longer rational to attempt to put together a visual grammar of material things. It was recognised that the attempt to match exactly an order of objects with an order of words was 'irrational' (Hooper-Greenhill 1992 : 156-157).

Malgré cela, l'idée de faire correspondre un objet (ou sa représentation) à un ordre de mots est exactement ce que fait l'Internet aujourd'hui. La recherche internet est basée sur l'idée selon laquelle il y a un ordre des choses qui peut concorder avec un ordre des mots et du langage qui en ferait la description ou la narration. Même une image numérique est essentiellement un code, issu du langage mathématico-informatique. Ceci n'empêche pas la présence d'un langage visuel qui acquiert lui aussi de plus en plus d'importance, comme en témoignent les nombreux pictogrammes remplaçant les mots dans les messages textes, courriels, salons de clavardages.

La modularité de l'exposition virtuelle n'est pas sans conséquence sur les modalités de sa visite. En effet, par ses multiples facettes, l'exposition virtuelle fait la promotion d'une attention portée sur divers objets plutôt que sur un seul. Jonathan Crary soutient que cette tendance apparaît avec le capitalisme moderne alors que la capacité de transférer rapidement son attention d'une chose vers une autre est considérée comme naturelle :

Part of the cultural logic of capitalism demands that we accept as *natural* switching our attention rapidly from one thing to another. Capital, as accelerated exchange and circulation, necessarily produced this kind of human perceptual adaptability and became a regime of reciprocal attentiveness and distraction (Crary 2001 : 29-30).

Dans la structure même d'Internet, qui propose la multiplication des onglets de recherche, cette orientation se révèle comme étant une pratique courante. Les expositions virtuelles suggèrent souvent de faire des recherches plus approfondies sur les œuvres et encouragent, à leur propre façon, cette attitude « multitâche ». Dès lors, l'attention à la visite virtuelle dérive vers des objets qui lui sont connexes. L'attention qui se portait auparavant sur « l'œuvre », par l'intermédiaire de sa reproduction, est disloquée au profit de ce qui l'entoure et qui ne peut être contrôlé par le site « source » de l'exposition virtuelle (visite des autres pages du site du musée, recherche sur l'œuvre, achat d'une copie, etc.). Dans

tous les cas, l'œuvre devient le prétexte d'une multitude de possibilités d'éloignement de l'exposition.

### **1.2.1. La médiation numérique des œuvres pour diffuser les expositions**

Pourtant, comme l'hyperlien permet d'éloigner le visiteur d'une exposition virtuelle, il peut aussi être à l'origine de sa visite. La reproduction de l'œuvre ne permet pas toujours d'en démocratiser la connaissance et encore moins l'expérience, mais elle permet très certainement de démocratiser une partie du discours à son sujet, comme ce fut déjà le cas avec l'imprimé. L'Internet, avec ses possibilités d'archivages, est un moyen supplémentaire de rendre cette information au sujet de l'œuvre plus accessible en établissant des liens entre les sources d'informations, que ce soit par des hyperliens ou par des termes communs qui réunissent les sites sous les résultats d'une même recherche. De même que l'exposition virtuelle est une plateforme importante de diffusion du savoir au sujet des œuvres, les œuvres sont elles aussi un élément important de la diffusion d'une exposition virtuelle (surtout lorsque ces dernières jouissent d'une renommée importante qui assure de nombreuses recherches à leur sujet).<sup>23</sup> Dans son livre *Museums, Media and Cultural Theory*, Michelle Henning affirme que les reproductions ou les modèles remplacent graduellement l'objet unique et individuel :

Modernist exhibition strategies can be seen to have two contrary outcomes. One [...], the framing power of the museum is such that even the most mundane, mass-reproduced, or ephemeral of things can be transformed into a museum object. The second outcome was the abandonment of the unique individual object, and its replacement with reproductions or models, series and multiples (Henning 2006 : 69)

Parmi les répliques, les potentiels remplacements de l'objet unique, la reproduction numérique s'avère de plus en plus fréquente (surtout dans le cas d'expositions virtuelles où elle est prédominante). Dans ce cas, la reproduction est souvent une photographie

---

<sup>23</sup> Dans le cas du *Google Art Project* dont il sera question plus loin, la notoriété de certains œuvres, attire les spectateurs qui peuvent ensuite continuer leur visite ailleurs dans le site. « La nuit étoilée » de Van Gogh possède entre autres une résonance importante auprès des visiteurs. Bien que les images de la page d'accueil varient, lorsqu'une recherche limitée aux images dans Google et titrée « Google Art Project » est faite, la reproduction de cette œuvre est indéniablement ce qui revient le plus souvent lorsqu'il s'agit d'une œuvre

(numérique) bidimensionnelle. Malgré la popularité cinématographique de la technologie tridimensionnelle, cette dernière ne semble pas prise en compte par le monde muséal artistique jusqu'à maintenant.<sup>24</sup>

Néanmoins, les musées considèrent que la reproduction numérique sur Internet constitue un aspect central de la diffusion de leurs œuvres. Dans le cadre d'une enquête sur les motivations des musées à créer des expositions virtuelles, intitulée « Virtual Art Museum Exhibits on the World Wide Web : A Content and Survey Analysis », Margaret J. Nystrom conclut que la raison la plus souvent invoquée pour mettre des expositions sur Internet est d'encourager les gens à venir visiter l'exposition physique au musée; la fréquentation à distance du musée par les internautes n'est considérée qu'en second :

The survey results revealed that the most common reason given for putting virtual exhibits online is to encourage people to come visit the physical exhibit at the museum. The second most cited answer for creating virtual exhibits was so that Internet users could view museum materials remotely. The virtual exhibits designed were most often kept indefinitely and were usually created to appeal to anyone browsing the Internet. (Nystrom 2000 : 33).

En fait, l'exposition virtuelle constitue souvent le pendant d'une exposition physique qu'elle cherche à diffuser, publiciser, annoncer (partiellement) par le biais de l'Internet (Allard 1999 : 213; Nystrom 2000 : 33). L'exposition virtuelle se définit alors comme la contrepartie numérique d'une exposition physique (préexistante) et n'est que rarement autonome ou indépendante, bien qu'elle soit parfois complémentaire. Du même coup, la représentation numérique est une incitation à la visite de l'œuvre originale, afin d'avoir accès à l'expérience authentique de celle-ci. Andreas Huyssen soutient à cet effet que l'œuvre originale est devenue un outil de vente pour des dérivés, la reproduction devenant elle-même un outil pour « auratiser » l'original : « The original artwork has become a device to sell its multiply-reproduced derivatives; reproductibility turned into a ploy to auraticize the original after the decay of aura » (Huyssen 1995 : 24). En cela, la fonction

---

individuelle (voir image en annexe, figure 2).

<sup>24</sup> C'est le cas de nombreux centres des sciences qui intègrent à leur programmation des séances de type Imax sur des sujets spécifiques – comme un film sur la faune marine ou la forêt amazonienne.

d'abord publicitaire<sup>25</sup> de nombreuses expositions virtuelles vise à rehausser la valeur d'authenticité des œuvres présentées. Mais au-delà de la valorisation de l'œuvre par son authenticité (par opposition à sa représentation), les expositions virtuelles permettent aussi de publiciser les collections et les musées dans leur ensemble. L'exposition virtuelle est une opportunité pour le musée de diffuser ses mandats, mission, conception de l'art et du collectionnement, etc.<sup>26</sup> L'exposition virtuelle, en adoptant la position de médiatrice d'une exposition physique, en reprend d'ailleurs souvent les principes afin d'assurer une meilleure cohérence.

### **1.2.2. Le développement de l'exposition virtuelle : linéarité et transversalité**

De manière générale, dans le cas des expositions physiques, le parcours est linéaire et prédéterminé. La logique interne de l'exposition, basée sur l'idée d'une affinité entre les œuvres, est étroitement liée à un principe de narrativité. Tout au long de l'exposition se présente un développement, une continuité, une unité issus de la juxtaposition des œuvres. Par contre, dans le cas de l'exposition virtuelle, le développement de principes exposés au spectateur n'est pas assuré par une linéarité stricte de la visite. En fait, alors que dans le cas de l'exposition physique il est nécessaire pour le spectateur, à tout le moins, d'entrer par la porte du musée et de l'exposition, de passer à travers un certain processus d'acclimatation à l'exposition, ce n'est pas le cas de l'exposition virtuelle où le visiteur peut très bien arriver subitement à une œuvre sans avoir vu celles qui la précédaient (parce qu'il a effectué une recherche sur internet et que la linéarité n'est pas encouragée par l'hypertexte). Ainsi, le parcours de l'exposition virtuelle ne peut être déterminé par le musée qui ne peut prévoir par « où » arrivera le spectateur. Il est alors pertinent d'opposer la linéarité physique à ce qu'il convient de qualifier de « transversalité virtuelle ». Le fait d'être transversal implique de passer ou d'être « placé en travers » (CNRTL 2012). C'est ce qui caractérise l'exposition virtuelle : la visite de l'exposition passe directement par la représentation ponctuelle des

---

<sup>25</sup> Dans le sens de rendre publique, de porter à la connaissance du public (Morvan & Rey 2005 : vol. 3, 2216).

<sup>26</sup> Une question analysée plus en détail dans le troisième chapitre.

œuvres et non pas dans un processus progressif modulé par des étapes. Peu importe l'emplacement des œuvres dans l'exposition, elles sont autant accessibles les unes que les autres dans la mesure où le spectateur y arrive par la recherche ou l'hyperlien.

Contrairement au milieu physique muséal fermé, l'exposition virtuelle implique une visite beaucoup moins contrôlée par l'autorité muséale qui ne peut plus imposer une narration historique ou linéaire. À cet effet, Michelle Henning soutient que les technologies de récupération de données et de traitement numérique permettent de remplacer le récit historique par le recoupement et la simple «coprésence» des objets, une forme de mémoire qui s'apparente à la mémoire vive de l'ordinateur et remplace le récit historique<sup>27</sup> :

« Nevertheless, technologies of data retrieval and now digital processing, make it possible to replace historical narrative by cross-referencing and the mere "co-presence" of objects. A form of memory akin to computer RAM replaces historical narrative » (Henning 2006 : 136).

De la même manière, la destination finale d'un visiteur de musée utilisant les hyperliens proposés par une exposition est inconnue. Il peut aller de lien en lien et il n'est pas possible pour l'institution de savoir à quelles données il accède et quand elles il le fait puisqu'elle ne contrôle pas les sites externes (c'est le principe habilitant la flânerie virtuelle). Dans le même esprit, la mémoire vive présente des informations de manière succincte et les rafraîchit tant qu'elles sont nécessaires : en réalité ce n'est jamais le même élément qui est présenté, mais une nouvelle version à chaque fois. C'est ce qui permet un traitement rapide de ce qui est présenté à l'écran. La visite Internet, par les hyperliens, permet de retrouver l'information à une même adresse lors d'une visite ultérieure, mais la page présentée ne sera jamais la même, il s'agira d'une nouvelle version. Cette idée est par ailleurs soutenue par Nystrom qui affirme qu'Internet est un médium à accès aléatoire où les concepteurs de site ne peuvent pas prévoir les points d'entrée sur leur site ou veiller à ce que les gens y suivent un chemin prévisible. L'utilisateur est en contrôle et peut choisir de regarder ou

---

<sup>27</sup> La mémoire vive (*Random Access Memory*) est ce qui donne accès à n'importe quelle donnée, n'importe quand.

d'ignorer ce qu'il veut : il n'y a aucune garantie qu'il va entrer par l'«entrée principale», comme ce serait le cas pour une exposition physique :

The Web is a random-access medium, site designers cannot predict entry points to their site or ensure that people will follow a predictable path through their site. The user is in control and can choose to look at or skip over whatever information that they choose [...] there is no guarantee that the user will enter through the “main entrance” as they would have to in a physical exhibit (Nystrom 2000 : 4).

Par contre, il importe de se rappeler qu'au même titre que les expositions physiques, les expositions virtuelles suggèrent des parcours de visite, preuve en sont les flèches « œuvre précédente » et « œuvre suivante ». Par exemple, c'est le cas de l'exposition *Collectionner : Déclinaison des pratiques* de la galerie Leonard & Bina Ellen<sup>28</sup>, affiliée à l'Université Concordia, qui présente ses œuvres selon un principe linéaire mis en évidence par les indications « précédent » et « suivant ». Ainsi, bien que l'expérience complète de l'œuvre ne soit pas accessible, cette exposition virtuelle maintient un aspect traditionnel de l'expérience muséale : le parcours linéaire. C'est là une illustration de tentatives d'articuler des modes de fonctionnement similaires entre les expositions physiques et leurs extensions virtuelles. Les chapitres qui suivront analyseront les différentes manières dont cette articulation peut s'exprimer par des études de cas.

---

<sup>28</sup> <http://ellengallery.concordia.ca/collectionner/fr/index.php>

## 2. L'exposition *Art pour tous*

L'exposition *Art pour tous*<sup>29</sup> se démarque des expositions virtuelles traditionnelles qui adoptent généralement deux approches : une transposition directe de l'exposition physique vers le virtuel (souvent à des fins publicitaires ou éducatives); une exposition entièrement virtuelle (d'œuvres internet, *Web Art*, par exemple). Il est en effet peu commun que les volets physique et virtuel d'une exposition s'articulent entre eux. La plupart du temps, ils coexistent de manière parallèle, mais ne sont pas en réelle complémentarité : ici pourtant, l'exposition physique s'exprime par le virtuel qui la révèle. L'exposition propose un parcours binaire à la fois physique et virtuel, décloisonné dans l'espace et dans le temps tout en étant confiné, dans sa dimension virtuelle, à un média nouveau et jusqu'à maintenant peu exploré. Bien que ce soit un site modeste, *Art pour tous* propose un exemple probant de la capacité du médium informatique à constituer une exposition nouvelle, qui ne soit pas une simple transposition de données préexistantes. L'exposition emploie le médium informatique afin de fournir, par la mise en exposition, un contexte à des œuvres qui ne sont, autrement, que placées dans un lieu, rendues disponibles à la vue sans que leur statut artistique ne soit signalé. En effet, la mise en exposition physique s'est effectuée en deux temps : l'installation initiale sur le site (le campus universitaire) des œuvres au fur et à mesure de leur acquisition; leur mise en valeur par *Art pour tous*, constituant l'exposition réalisée selon les pratiques actuelles. Cette dernière a pour but de signaler les œuvres comme telles et de les (re)valoriser; elle se manifeste à travers des dispositifs didactiques qui instaurent un discours légitimant les artéfacts par leur inclusion dans un contexte artistique québécois et moderne.

### 2.1. La continuité expositionnelle entre les œuvres par le virtuel

Le projet *Art pour tous* visait d'abord à mettre en valeur les œuvres d'art public de la collection de l'Université de Montréal, lesquelles sont dispersées sur les différents campus de l'institution. L'art public suppose, de par sa nature qui commande son insertion dans un lieu qu'il s'approprie, une multiplicité des lieux d'exposition. De ce fait,

l'unification des œuvres dans une narrativité cohérente ne peut être issue de leur juxtaposition dans un lieu commun comme c'est souvent le cas des expositions « traditionnelles », c'est-à-dire dans des salles de musées. Cette multiplicité des lieux impose un nouvel appareil informatif dont l'organisation et les pratiques se transforment par l'arrivée du virtuel, ce que soulignent Fiona Cameron et Sarah Kenderdine :

Museums and heritage organizations have institutionalized authority to act as custodians of the past in Western Societies. As such, they hold a significant part of the "intellectual capital" of our information society. The use of emerging digital technologies to activate, engage, and transform this "capital" is paralleled by shifts in the organizational and practice culture of the institutions entrusted with its care (Cameron & Kenderdine 2010 : 1).

L'organisation logique d'une collection institutionnelle qui s'exprime dans la cohésion d'un lieu unique (comme l'édifice muséal), doit s'énoncer autrement : pour ce faire, c'est le virtuel qu'adopte le Centre d'exposition de l'Université de Montréal. Ce dernier sélectionne les œuvres de l'exposition, déjà dispersées sur les campus de Montréal et de Saint-Hyacinthe.<sup>30</sup> Le Département d'histoire de l'art de l'université collabore au projet en y dédiant le cours concernant les expositions d'art : chaque étudiant se voit attribuer une œuvre et est responsable des recherches la concernant ainsi que de la rédaction préliminaire des textes destinés à la contextualiser sur un cartel qui sera adjoint à l'œuvre et répliqué sur le site internet. Lors de la visite physique, les cartels qui accompagnent les œuvres de même que les capsules de baladodiffusion (disponibles sur le site Internet) permettent d'acquérir des connaissances au sujet des œuvres et de leur contexte. Le site internet comporte plusieurs sections (voir annexe, plan *Art pour tous*). La première, intitulée « voir », a pour principal objet les éléments constitutifs de l'exposition lesquels se répartissent en sous-sections : œuvres, artistes, bâtiments, emplacement cartographique (voir annexe, figure 3. Cette section est la plus constitutive de l'exposition virtuelle et élabore l'énoncé expositionnel au sujet des œuvres qui sera repris dans les cartels. D'ordinaire, l'énonciation institutionnelle est physique avant d'être virtuelle : ce n'est pas

---

<sup>29</sup> <http://www.artpourtous.umontreal.ca/>

<sup>30</sup> Environ 60 kilomètres séparent les campus, ce qui illustre la nécessité d'un médium de médiation englobant.

le cas d'*Art pour tous* qui fonde son énoncé dans la virtualité pour mieux le déployer dans l'espace réel. Cet énoncé s'exprime par les informations contextualisantes qui sont présentées à la fois au sujet des artistes, des œuvres, mais aussi des bâtiments universitaires où se situent ces dernières, puisque c'est par l'institution universitaire que se construit la cohésion de l'exposition : les œuvres sont présentées comme emblèmes de l'Université de Montréal et de son histoire (de collectionnement). La seconde section, titrée « se promener », vise surtout à aménager la visite physique en rendant disponibles les parcours, les balados et des informations d'aide à la visite (voir annexe, figure 4). Il s'agit de la mise en place de l'itinéraire, comme un plan de voyage pour faciliter la visite. La section « découvrir » a principalement une visée éducative qui contextualise l'exposition plutôt que les artefacts eux-mêmes : l'art à l'Université de Montréal, l'art public qui s'y trouve; la collection de l'université de manière générale; la « politique du 1% »<sup>31</sup> qui est expliquée de même que ses implications sur la collection de l'université; les formes et les pratiques de l'art (public); l'intégration des œuvres à leur lieu à travers l'exemple de Pierre Granche. Une section de documentation qui comprend un glossaire et une bibliographie est aussi présente. C'est sans compter les traditionnelles sections disponibles sur tout site : téléchargement, plan du site, comment joindre le Centre d'exposition de l'Université de Montréal, les crédits, l'aide et la section sur les droits d'auteur (*Art pour tous* 2012) (voir annexe, plan *Art pour tous*).

### **2.1.1. Construction de la collection universitaire et de la fiction expositionnelle**

Il est d'abord essentiel pour les organisateurs de mettre en place une narrativité expositionnelle qui amalgame les œuvres à un tout unificateur ayant à la fois pour fonction de les légitimer et de les révéler à leurs publics. Cette narrativité crée à la fois la « coprésence » des œuvres et la cohérence de l'exposition qui, si elle est narration, peut aussi se présenter comme une fiction, notamment celle du commissaire :

---

<sup>31</sup> Politique d'intégration des arts à l'architecture et à l'environnement des bâtiments et des sites gouvernementaux et publics

une exposition [...] relève toujours d'une forme de fiction utilisant à son profit des œuvres d'art. Elle devrait être considérée à la fois comme un objet et comme un geste donnant à voir les préoccupations de certaines personnes : chaque fois, une vision de l'art est en jeu, c'est ce qui rapproche cette activité de celle des artistes, mais aussi de celle des critiques et théoriciens de l'art (Glicenstein 2009 : 12-13).

Cette fiction est impossible à établir par les pratiques traditionnelles que sont l'accrochage et la juxtaposition, en raison de l'éloignement des œuvres entre elles. C'est plutôt le contexte des œuvres, architectural entre autres, qui sert de point commun : chaque œuvre se trouve dans un lieu constitutif d'une histoire universitaire commune en mesure de fournir une narrativité expositionnelle unificatrice. C'est ce qui explique une narration fortement liée au lieu dans lequel s'insère l'exposition où les œuvres sont présentées selon une perspective « historique » : la collection de l'Université de Montréal, s'étant développée au rythme de la construction de l'institution, en reflète indirectement l'histoire. C'est aussi le point commun qui unifiera les volets physique et virtuel.

Depuis les années 1960, l'implémentation du programme d'intégration des arts à l'architecture<sup>32</sup> mène à l'acquisition de nombreuses œuvres dans le cadre de l'expansion de l'Université; c'est pourquoi la majorité des œuvres de l'exposition datent de 1960 à aujourd'hui. Dès lors, la collection devient symbolique de l'évolution de l'Université de Montréal, dont une grande partie des nouveaux pavillons a bénéficié du programme d'intégration des arts à l'architecture. Ainsi, plusieurs des cartels explicatifs des œuvres évoquent l'histoire de l'Université. Il en est de même pour les audioguides dont chaque séquence d'introduction parle de l'histoire du secteur visité lors du parcours. Tout au long de ce dernier, qu'il soit physique ou virtuel, la collection se trouve reliée à un propos historique qui renvoie aux conditions de réalisation des œuvres, surtout dans le cas de celles issues du programme d'intégration des arts à l'architecture. En effet, la *Politique d'intégration des arts à l'architecture et à l'environnement des bâtiments et des sites gouvernementaux et publics* alloue environ 1% du budget de construction ou d'aménagement d'un site public à l'insertion d'œuvres d'art qui « s'harmonisent à

---

<sup>32</sup> [www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=45](http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=45).

l'architecture, aux espaces intérieurs ou extérieurs, à la vocation des lieux et au type d'usagers » (MCCCF 2012).

Lorsque le coût du projet de construction ou d'agrandissement est de 150 000 \$ à moins de 400 000 \$, le « programme d'intégration des arts » prévoit l'insertion d'une œuvre d'art par acquisition. Selon cette modalité, l'œuvre peut simplement être insérée à un bâtiment ou à un site sans que des plans et devis aient été conçus à cet effet. Il s'agit dans ce cas d'acquérir une œuvre déjà réalisée [...] Lorsque le coût d'un projet de construction ou d'agrandissement est de 400 000 \$ et plus, un pourcentage du budget est réservé à l'intégration d'une ou de plusieurs œuvres d'art conçues expressément pour le bâtiment ou le lieu. En ce sens, l'intégration est le processus par lequel une œuvre d'art est réalisée pour s'harmoniser avec l'édifice ou avec le site » (MCCCF 2009 : 17-19).

Dès lors, l'harmonisation est une condition intrinsèque de la création de l'œuvre et un critère prépondérant de sa réalisation dans une grande majorité des cas (les projets immobiliers d'une université totalisant souvent plus de 400 000\$). L'environnement immédiat étant une condition inhérente de la production des œuvres, ces dernières n'y sont pas confinées et s'articulent plutôt dans un rapport constructif avec lui. Le lieu est d'ailleurs fréquemment source d'inspiration pour les artistes comme en témoignent de nombreux extraits d'entrevues disponibles dans les capsules de baladodiffusion – c'est le cas, par exemple, de Jean Lantier avec *Micropaysages* :

Je suis parti du milieu, je ne suis pas capable de travailler à partir de contraintes anecdotiques ou narratives, à partir d'un thème [...] J'ai essayé de faire quelque chose qui vient s'intégrer dans le paysage entre les autres pavillons [...] dans un rapport discret avec l'édifice puis avec le paysage [...] sans venir heurter (Art pour tous 2010 : Baladodiffusion « Le pôle scientifique » – piste no. 16).

Dans l'exposition physique, l'importance du lieu et son impact déterminant dans la création sont suggérés au visiteur – même fortuit – par l'attention qui est accordée à l'environnement de l'œuvre, notamment dans les cartels. Par exemple, dans le cas de *Micropaysages*, le commentaire sur l'œuvre va comme suit :

Deux volumes en aluminium, légèrement décalés, de hauteurs différentes, solides comme les rochers qui leur font face, flottent légèrement au-dessus de leurs socles de granit. Deux formes dont on découvre de près la subtilité; légères inclinaisons entre les sections, surfaces striées ou grignotées, surfaces lisses.

Les nuages, le soleil et la pluie réinventent continuellement la sculpture tandis qu'elle modifie le décor par les reflets réverbérés sur la façade du pavillon. En utilisant des matériaux qui font écho à l'environnement architectural et naturel, l'artiste a réalisé une œuvre qui s'intègre au paysage (Art pour tous 2012 : cartel adjoint à l'œuvre).

Pourtant, c'est l'information complémentaire disponible sur le site internet, le produit virtuel, qui est révélateur de cette influence : cette dernière est explicitée, dans l'exemple précédent, dans l'entrevue disponible virtuellement plutôt que dans le cartel juxtaposé à l'œuvre. Les discours de l'exposition, physique et virtuel, ont des objectifs opposés, mais complémentaires : établissement d'une importance ponctuelle de l'œuvre dans le discours physique en vue d'une reconnaissance de l'*œuvre*; mise en place d'une continuité entre les œuvres dans le discours virtuel en vue d'une reconnaissance de l'*exposition*.

## **2.1.2. Volet virtuel**

### **2.1.2.1. La représentation**

En raison de la nature même du médium virtuel qui prescrit la facticité, ce volet comporte un aspect médiatique très important : les œuvres sont présentées par leurs reproductions, accompagnées de compléments d'information sur les bâtiments qui les entourent et/ou sur les artistes (voir annexe, figure 5). L'expérience vécue est non seulement médiatisée par l'exposition en tant que telle, mais aussi par la reproduction photographique, celle-ci représentant l'œuvre par un médium qui n'est pas le sien et qui ne peut en transmettre toutes les subtilités. Ce faisant, elle est l'objet d'une double médiation dans le cadre de laquelle le médium de présentation devient un élément qui caractérise à la fois l'exposition et l'expérience qui en est faite.

Le volet virtuel comporte un effet de confinement dans la mesure où les œuvres sont circonscrites à leur représentation photographique et virtuelle; cet effet s'exprime de plusieurs manières. En premier lieu, plusieurs œuvres comportent des dimensions qui ne peuvent être traduites par la bidimensionnalité. C'est le cas des sculptures : malgré de multiples photographies de points de vue différents, les images ne peuvent rendre l'expérience issue de la rencontre avec l'œuvre. De même, certaines œuvres sont destinées à

offrir un aspect tactile en raison de leur insertion publique, aspect qui ne peut pas lui non plus être traduit par la photographie (par exemple, *Touchez Touché* de Gilbert Poissant) (voir annexe, figure 6). En second lieu, en raison des contingences liées à l'utilisation d'une plateforme informatique, l'échelle des œuvres ne peut être reproduite sur un écran d'ordinateur ou même sur un écran de télévision. Il en résulte soit une image réduite, soit une image qui ne peut que difficilement être vue dans son entièreté – il faut alors recourir à une barre de défilement. Ainsi, des œuvres qui sont souvent de dimensions monumentales – *Sans Titre* de Robert Roussil, *Composition géométrique* de De Tonnancour, *Trapèze* de Simard-Laflamme entre autres – sont réduites non seulement à un médium qui n'est pas le leur, mais aussi à une échelle qui ne peut pas en traduire spontanément l'impact (voir annexe, figures 7, 8 & 9). En cela, l'exposition virtuelle fait face au même problème que le catalogue, et prend elle aussi le parti de se présenter comme la portion médiatrice de l'exposition. C'est ici que l'organisation de l'exposition s'exprime : l'expérience est physique, l'apprentissage est virtuel.<sup>33</sup> À cet effet, il est intéressant de noter que malgré l'exposition, les œuvres sont parfois difficilement accessibles ou peu mises en valeur (voir annexe, figures 10, 11 & 12). De ce fait, le seul accès à l'œuvre est parfois virtuel.

Mais la représentation virtuelle de l'œuvre ne vise pas à en transmettre une expérience authentique. Elle peut être envisagée comme un document d'archives, au même titre que les photographies qui documentent les performances d'artistes. Dans ce cas, la représentation n'a pas pour but de transmettre une émotion face à l'œuvre, mais bien de constituer une source d'information à son sujet, pour ceux qui sont éloignés dans le temps ou dans l'espace (une approche encouragée par les musées et privilégiée par *Art pour tous*). Le document vise donc à instruire, renseigner et non pas à être le lieu d'une expérience esthétique. Pourtant, un document constitue le support physique d'une documentation, ce qui s'avère ironique puisque l'exposition ou la représentation virtuelle ne sont pas physiques. En effet, l'archive conserve le document, c'est-à-dire l'œuvre originale; la conservation de copies ne se fait que si elles présentent elles-mêmes une valeur intrinsèque.

---

<sup>33</sup> Les liens entre l'exposition virtuelle et l'information imprimée, souvent sous forme de catalogue, seront discutés plus loin dans le troisième chapitre.

Ici, il ne s'agit ni de copies, ni d'originaux, mais de reproductions de l'œuvre dans un médium nouveau, sans qu'un statut artistique ne soit concédé. En effet, l'ordinateur produit de nouveau la reproduction chaque fois que l'image est demandée : ce n'est pas l'image qui est chargée, mais bien son code de sorte que l'ordinateur ne réutilise pas une production préalable, il re-produit l'image.

### 2.1.2.2. La structure de l'exposition

Il est fréquent pour des institutions muséales de simplement numériser leurs expositions afin de les rendre disponibles virtuellement, confinant de ce fait l'exposition à Internet et aux normes qui le régissent. Pourtant, dans le cas d'*Art pour tous*, en raison de la structure de l'exposition physique qui multiplie les lieux, les volets physique et virtuel sont très semblables dans leur structure. En effet, l'exposition virtuelle se caractérise par le fait qu'il n'y a pas de « porte d'entrée » obligatoire : il est possible d'y accéder à partir de n'importe quelle page du site, aucune œuvre ne peut obligatoirement être présentée comme « la première ». Même si un site peut mettre des œuvres en évidence sur sa page d'accueil, rien ne garantit que les visiteurs entrent dans le site par cette même page d'accueil. Il en est de même pour *Art pour tous* qui multiplie les lieux et récuse la linéarité. Dans son article *The Materiality of Virtual Technologies : A New Approach to Thinking about the Impact of Multimedia in Museums*, Andrea Witcomb souligne les oppositions qui sont souvent soulevées entre les expositions physique et virtuelle :

The material world carries weight – aura, evidence, the passage of time, the signs of power through accumulation, authority, knowledge, and privilege. Multimedia, on the other hand, is perceived as "the other" of all of these – immediate, surface, temporary, modern, popular, and democratic (Witcomb 2010 : 35).

Lorsqu'une exposition est simplement « traduite » vers internet, numérisée vers le site d'un musée, sa faction virtuelle diffuse plus largement une expérience dont l'authenticité se trouve au musée. Par contre, une exposition comme *Art pour tous* permet de questionner une telle classification en brouillant les démarcations préétablies par des médiums qui paraissent à première vue incompatibles. N'est-ce pas l'œuvre d'art publique, parcelle d'exposition dans l'environnement universitaire, qui est appréhendée de manière

« immédiate » par l'étudiant ou l'employé venu vaquer à d'autres occupations? L'immédiateté, représentante par excellence de la virtualité, se voit alors mise en rapport direct avec l'aura associée au monument physique. Le fait que l'exposition réponde à une demande de la part de la communauté universitaire<sup>34</sup> ne soutient-il pas l'idée que l'objet demeure considéré par le « grand public »? La nécessité de maintenir actif tout site afin qu'il conserve ses fonctionnalités démontre elle aussi à quel point le contenu internet, malgré les fonctions premières d'archivage et de communication du média, demeure sujet au passage du temps et à la détérioration. Avec *Art pour tous*, l'accumulation de connaissances et l'autorité institutionnelle, bien qu'elles s'expriment dans les cartels, sont beaucoup plus développées dans le volet virtuel de l'exposition qui est l'incarnation même de son discours. Tous ces renversements démontrent à quel point les caractéristiques associées à l'œuvre d'art ne lui sont pas exclusives. Ces retournements sont rendus possibles par l'organisation physique même de l'exposition. La multiplicité des lieux rappelle en effet la variété des pages virtuelles des sites internet, une exposition physique où il n'y a pas de « porte d'entrée », comme c'est le cas avec une exposition virtuelle. La réussite de l'exposition virtuelle repose alors, entre autres, sur la concordance des structures expositionnelles physique et virtuelle, qui se caractérisent toutes deux par la discontinuité de lieu, de collection, de publics. Afin de mettre en place une exposition regroupant tous ces éléments « discontinus », le médium virtuel s'avère la meilleure solution puisqu'il les englobe tous et offre des opportunités de médiation pour chacun. L'exposition elle-même, en la présence de ses deux volets complémentaires, est morcelée et illustre en cela une discontinuité. Les pratiques scientifiques qu'incarnent les lieux expositionnels, le potentiel de connaissances qu'ils invoquent, n'est d'ailleurs pas sans rappeler la quantité toujours grandissante d'information disponible sur internet qui n'en reflète toutefois pas toujours la qualité. L'exposition physique d'*Art pour tous*, dans sa forme, convoque le virtuel et permet de l'y articuler sans pour autant se limiter à une simple copie.

---

<sup>34</sup> Comme le mentionne Louise Grenier : « On a souvent eu des demandes relatives à la provenance des œuvres ou à leurs auteurs. On veut ainsi permettre à tous ceux qui les côtoient d'avoir un minimum d'information à leur sujet » (Gervais 2008).

## 2.2. Une exposition multiplateforme

*Art pour tous* se démarque, par sa composante virtuelle et l'utilisation qui en est faite, dans le paysage muséovirtuel actuel, notamment parce qu'il s'agit d'une exposition multiplateformes qui combine ses éléments physique et virtuel en complémentarité. Dans beaucoup de cas, les institutions muséales (ou d'exposition comme c'est le cas ici) favorisent une approche parallèle dans la présentation de leurs expositions; l'exposition virtuelle n'est que la transposition numérique et informatique d'une exposition préexistante, sans qu'elle ne lui procure un réel « bénéfice » ou avantage hormis sa diffusion élargie. *Art pour tous* privilégie plutôt l'entrelacement de ses composantes physique et virtuelle pour créer une entité finale cohérente et solidaire.

### 2.2.1. Acte d'exposition et mise en exposition : suite d'expositions dans *Art pour tous*

La nouvelle exposition multiplateforme est ce qui permet l'exposition elle-même, puisque *Art pour tous* est en fait une « nouvelle édition » de la présentation des œuvres qui étaient déjà « exposées ». Elle est le fait de deux mises en exposition physiques successives se chevauchant : la première, échelonnée dans le temps, a inséré les œuvres dans leur lieu; la seconde a eu pour mandat de les signaler au public comme telles et de créer un discours à leur sujet. Dans le cas d'*Art pour tous*, et contrairement à ce qui a cours habituellement, les œuvres étaient visibles et présentes dans le lieu de l'exposition avant même que celle-ci ne soit mise en ligne. Il s'ensuit que la *mise* en exposition, qui rend les artefacts « visibles » au public en tant qu'œuvres, est venue après l'*acte* d'exposition, qui les a insérés dans leur lieu. Il est fréquent que des œuvres aient déjà été exposées ou qu'elles soient l'objet de plusieurs mises en exposition. Néanmoins, dans le cas présent, il ne s'agit pas d'une série d'expositions successives, mais plutôt d'un remaniement ou d'une refonte de la présentation de certaines œuvres de la collection, menant à l'ordonnancement et au raffinement du discours qui est porté sur elles, le tout constituant finalement l'*exposition*. La mise en valeur exercée par *Art pour tous*, est un déploiement/développement du discours sur des œuvres de l'Université de Montréal qui étaient déjà installées dans un espace public sans pour

autant être l'objet d'une *exposition* en tant que telle.<sup>35</sup>

### **2.2.1.1. L'acte d'exposition : insertion des objets dans le territoire universitaire**

La présentation initiale des œuvres dont il est question ne se résume pas à leur simple mise en place dans un lieu approprié, elle relève aussi de critères esthétiques (c'est spécialement le cas lorsqu'il est question d'œuvres issues du programme d'intégration des arts à l'architecture où les modalités d'exposition de l'œuvre sont aussi, en partie, celles de sa production). À ce stade, la cohésion de la présentation des œuvres de la collection découle de leur insertion dans des lieux communs et de leur appartenance à une même institution (les œuvres constituent la collection d'art public de l'Université de Montréal), plutôt que de la narration ou de la cohérence du discours de l'exposition même (les œuvres s'intègrent à une exposition construite dans le virtuel). Généralement, *Art pour tous* expose la présentation initialement prévue de l'œuvre dans le cadre de sa production, particulièrement dans le cas des œuvres issues du programme d'intégration des arts à l'architecture. Il reste toutefois des exceptions : par exemple, la *Murale* de Gérald Zahnd dont personne ne se rappelle à quel endroit elle était destinée (pas même l'artiste) ou encore *11e heure* de Pierre Blanchette, un tableau d'atelier offert à l'Université de Montréal par l'artiste qui considère qu'elle s'intègre parfaitement au pavillon J.-Armand-Bombardier. Il n'en demeure pas moins que la modalité d'exposition la plus visible est celle du lieu dont l'influence est directe, surtout lorsque celui-ci change sans que ce ne soit le cas de l'œuvre (l'expérience de l'œuvre et sa signification peuvent dès lors être significativement altérées). Les critères de mise en place des œuvres lors de cette première exposition ont donc été établis autour de leur intégration dans un lieu où elles s'insèrent bien – c'est principalement un dialogue entre l'œuvre et le lieu qui a été recherché. Cependant, cette première mise en exposition ne signale en aucun cas le statut d'œuvre des artéfacts, rôle que joue la seconde exposition, celle d'*Art pour tous*.

---

<sup>35</sup> Puisque l'exposition analysée ici est celle d'*Art pour tous*, l'acte d'exposition ne sera analysé que dans une moindre mesure afin de permettre une meilleure compréhension des circonstances de mise en exposition d'*Art pour tous*.

### 2.2.1.2. La mise en exposition : signalisation et mise en valeur des œuvres

La seconde mise en exposition est une forme de mise en valeur des œuvres : elle vient les signaler comme telles et les légitimer auprès de leur public immédiat. Jérôme Glicenstein mentionne que dès qu'il est question d'œuvre, une valeur, un statut est attribué à la chose dont il s'agit de sorte que le fait de parler d'œuvre d'art implique de se situer dans un territoire artistique duquel il est impossible de s'extraire (Glicenstein 2009 : 202). Cette attribution d'une valeur symbolique (et économique) à l'œuvre d'art est entre autres ce qui permet une plus grande estime du public face aux artefacts après qu'ils leur aient été signalés comme œuvres, ce à quoi s'astreint la mise en exposition d'*Art pour tous*. En conséquence, il n'y a que très peu d'adaptations d'œuvres dans le cadre de cette seconde mise en exposition : quelques restaurations ont été effectuées, des arrangements paysagers entourant certaines œuvres ont été revus pour permettre une meilleure visibilité, des éléments nuisibles environnants ont été déplacés. Par exemple, les instances de l'Université de Montréal ont longtemps laissé des supports à bicyclettes à côté de l'œuvre *Sans titre* de Robert Roussil : en raison de la proximité entre les supports et l'œuvre, la communauté universitaire y a longtemps vu un simple élément décoratif plutôt qu'un objet artistique (dépositaire de la valeur culturelle et économique qui s'y rattache) (voir annexe, figure 7). La pose d'éléments de médiation de nature didactique, comme les cartels, et le retrait des supports à bicyclettes permet ainsi de (re)valoriser l'objet auprès de la communauté qui le côtoie. Lors de la seconde exposition, la modification des objets et de ce qui les entoure a pour principal but de mettre les œuvres en valeur; il ne s'agit pas de les inscrire dans une cohérence interne, cette dernière étant issue du parcours (disponible virtuellement).

La création d'un discours entourant les œuvres, lequel n'était pas ou peu présent auparavant, distingue aussi cette seconde mise en exposition – la première les ayant installées et maintenues en bon état. L'objectif premier est donc de signaler la nature artistique des objets qui autrement ne sont pas perçus comme œuvres. Dans cette optique, la mise en place d'un cadre définissant l'exposition comme telle est primordiale : Glicenstein affirme à ce sujet que « la compréhension que nous avons des œuvres d'art se lie fortement à une expérience contextuellement circonscrite [...] toute exposition propose un cadre,

c'est-à-dire non seulement une délimitation de l'espace de l'attention esthétique, mais aussi une définition implicite de ses modalités d'exercice » (Glicenstein 2009 : 215). Ainsi, les œuvres qui n'étaient auparavant pas perçues comme de l'art sont désignées comme telles, suggérant par le fait même une nouvelle attitude à leur égard. À ce titre, l'exemple de *Sans Titre* de Roussil apporte encore une fois des éclaircissements intéressants : le fait que les indications de l'exposition quand au statut artistique de l'objet aient engendré un plus grand respect à son égard tend à confirmer les propos de Glicenstein selon lesquels le cadre expositionnel détermine le comportement des individus. Le discours tenu par l'exposition se développe à divers niveaux et selon des modalités variées : choix des œuvres, cartels, audioguides, textes explicatifs entre autres.<sup>36</sup>

Une fois le projet mis en branle, les organisateurs ont eux aussi joué un rôle important, notamment dans le choix des œuvres constituant l'exposition. Bien que certaines œuvres soient difficilement accessibles, le fait qu'aucune ne soit radicalement inabordable laisse supposer que ce critère a été pris en compte lors du choix des artefacts; il ne peut en être autrement puisque l'objectif premier d'une exposition est de *donner à voir* des œuvres, de les signaler, de les indiquer au spectateur. De plus, les œuvres choisies laissent supposer un certain intérêt de la part des organisateurs à inscrire la collection de l'Université dans le patrimoine québécois en sélectionnant les œuvres d'artistes ayant une certaine renommée, qui sont aussi plus susceptibles d'intéresser le public cible (c'est-à-dire les étudiants et le personnel de l'Université de Montréal) ainsi que le public en général. En outre, la dissémination des œuvres sur tout le campus, que ce soit celui de Montréal ou de Saint-Hyacinthe, suggère un désir de rejoindre les nombreuses sphères du public universitaire et de démontrer l'étendue de la collection, tant dans l'optique du grand nombre d'œuvres qu'elle comprend que du territoire sur lequel elle s'étend.

### **2.2.2. Nouvelles formes d'interaction et de participation**

L'arrivée des technologies de l'information et des communications et leur utilisation

---

<sup>36</sup> Ces éléments seront analysés dans les sections à venir puisqu'ils sont spécifiques tout en ayant des relations entre eux, comme la mise en place du discours et la médiation par exemple.

extensive d'Internet implique une modification des pratiques muséales. Les institutions se voient de plus en plus contraintes d'user de ces dispositifs, non pas afin d'attirer de nouveaux publics (bien que ce soit possible), mais afin de répondre aux demandes de leurs publics déjà constitués. L'exposition se voit affectée par ces changements et exige de nouvelles formes de participation de la part des spectateurs. De plus en plus, l'acquisition de connaissances se veut circonscrite, interactive et informelle : « [There is a] growing emphasis on the situated, interactional, and informal character of learning [that] gives museums and galleries, it is argued, a unique opportunity to contribute to education » (Heath & Vom Lehn 2010 : 267). C'est entre autres par les technologies interactives que beaucoup d'institutions muséales répondent aux nouvelles demandes des visiteurs. Christian Heath et Dirk vom Lehn notent toutefois que l'interactivité favorisée par l'utilisation de ces technologies n'est souvent plus située entre les participants, mais entre le visiteur et la machine :

While enhancing and individual's experience, "interactives" – in particular those relying on computing and information technologies – may inadvertently undermine co-participation and collaboration that can arise with and around exhibits in museums and galleries (Heath & Vom Lehn 2010 : 267).

L'objet de l'interaction varie d'une exposition à l'autre et c'est un nouveau défi pour l'institution muséale que d'utiliser la technologie sans que cette dernière n'asservisse les œuvres ou leur spectateur. Les intervenants d'*Art pour tous* ont fait preuve de prudence lors de la mise en place du volet virtuel de leur exposition, afin d'éviter que le technologique ne prédomine sur les œuvres, notamment en préconisant une approche virtuelle documentaire.

En premier lieu, c'est l'interaction entre l'œuvre, le lieu et le visiteur qui a été ciblée par *Art pour tous*, et non pas l'établissement de co-interaction entre les visiteurs. Il est vrai que de nombreuses expositions muséales se concentrent sur l'interactivité électronique, parfois au détriment de la relation humaine entre les visiteurs. Par contre, le cas d'*Art pour tous* est particulier : les visiteurs de l'exposition ont souvent déjà des relations entre eux, qu'elles soient professionnelles ou étudiantes. L'exposition n'a pas à établir de point commun entre les visiteurs qui en possèdent déjà. D'ailleurs, puisque beaucoup d'œuvres établissent une réflexion sur le champ de recherche auquel un pavillon est dédié, un point

commun entre l'œuvre et le visiteur est lui aussi institué. Il s'agit plus de mettre en évidence les liens qui unissent visiteur, lieu et œuvre que de les créer.

Ensuite, l'utilisation de la représentation photographique par *Art pour tous* est demeurée sobre et documentaire. De cette manière, l'œuvre est mise en évidence sans pour autant que sa version virtuelle ne soit considérée comme un substitut (voir annexe, figure 5). Heath et Vom Lehn soulignent en effet dans leur étude que, dans certains cas, une documentation technologique détaillée résulte en une attention moindre portée à l'œuvre :

It is not unusual for visitors to view the video, occasionally glancing at the exhibit, and then, as the film comes to end, to look at the piece very briefly before moving on [...] The quality of the film [...] allows the visitor to see details that are difficult to view on the object itself and gives a sense of how the exhibit operates that is not available in the gallery display (Heath & Vom Lehn 2010 : 274)

Ici, les auteurs réfèrent à un exemple particulier où le dispositif technologique interactif est un film, mais leur analyse peut être étendue à d'autres médiums comme l'exposition virtuelle et les représentations photographiques qu'elle présente. Dans l'optique où *Art pour tous* se conçoit comme une *seule et unique* exposition qui comporte deux volets, et non pas comme un transfert d'une exposition physique, il est primordial que les images d'œuvres demeurent documentaires afin d'inciter à la visite. C'est d'autant plus le cas que, avec les dispositifs technologiques modernes, de nombreux usagers sont en mesure de consulter le volet virtuel tout en étant à proximité de l'œuvre par l'usage de dispositifs électroniques « intelligents » (téléphone, tablette, etc.).

### **2.3. Établissement de la cohésion expositionnelle : un défi de taille pour une exposition aux sites multiples**

Contrairement à l'exposition muséale traditionnelle qui maintient les œuvres dans un lieu délimité (une ou des salles), *Art pour tous* se caractérise par le décroisement de son espace qui se disperse sur un territoire particulièrement étendu. Ainsi, l'expérience ne peut plus être celle d'une discursivité « instantanée » (qui est faite automatiquement), elle se caractérise par une étendue qui est aussi ressentie dans le temps en raison de la longueur des déplacements entre les œuvres. Elles ne se côtoient pas et leur contiguïté ne provient

que de l'itinéraire qui crée une proximité mentale entre elles, par conséquent toute continuité entre les œuvres relève de la mémoire du visiteur. C'est donc dire qu'avec *Art pour tous*, la cohésion s'articule principalement à travers le parcours, en l'absence duquel chaque œuvre est vue de manière ponctuelle puisqu'aucune ne se situe dans une proximité directe de celle qui la suit : ponctuelle non seulement dans le temps et dans l'espace de l'exposition, mais aussi en tant que point dans le cadre du parcours intégral. L'œuvre ne peut pas être visible dans la continuité : elle doit être expérimentée ponctuellement et dans la discontinuité puisque l'exposition est interrompue d'espaces et de temps qui n'ont pas été scénarisés par les responsables d'*Art pour tous*. Ces derniers, et la commissaire en particulier, ont travaillé avec des œuvres déjà sélectionnées par des comités d'acquisition au fil des ans et exposées de manière parfois aléatoire, bien que la majorité du temps elles soient intégrées à un environnement architectural et paysager par le programme d'intégration des arts à l'architecture. Chacune des œuvres, qui doit avant tout s'intégrer à un environnement qui lui est propre, n'a donc pas pour particularité de s'inscrire dans une continuité expositionnelle comme c'est souvent le cas; c'est un défi supplémentaire pour les organisateurs qui doivent néanmoins associer les œuvres de manière cohérente, les « solidariser ».

C'est aussi une spécificité qui, bien qu'elle ait été imposée à l'exposition, peut s'avérer éducative. Dans son ouvrage *Historienne de l'art*, Johanne Lamoureux soutient que la mise en place d'une exposition exige le rassemblement d'œuvres qui ne sont pas intrinsèquement liées entre elles :

Le rapport du conservateur à l'art est donc déterminé par la collection, c'est-à-dire par une *série* d'objets dont il n'est pas nécessairement dans son mandat de penser le *récit*. Il s'agit souvent d'une série qu'il a certes contribué à constituer au fil des ans, mais dont il a surtout largement hérité sans pouvoir la modifier radicalement [...] C'est dans cet aspect de son travail [l'exposition] que le conservateur est confronté à sa dimension historique et narrative : élaborer un scénario autour de quelques axes pertinents pour l'artiste ou le thème à présenter; établir une liste d'œuvres et la répartir selon les grands axes du scénario; donner des paramètres pour la formulation d'un décor et d'un accrochage où le voisinage savamment construit des œuvres orientera le parcours du spectateur et produira des effets de sens et de récit. La difficulté de l'exercice auquel se

livre alors le conservateur tient à ce que son scénario doit être porté par les œuvres, être intelligible et sensible en termes sinon strictement, du moins principalement, visuels (Lamoureux 2007 : 29-31).

La commissaire d'*Art pour tous* a dû choisir des œuvres en fonction de la collection de l'Université de Montréal et du mandat de l'exposition dédiée à l'art public. Mais elle n'a pas pu en déterminer la narrativité sur la base de juxtapositions scénarisées. Le scénario doit toujours être « porté par les œuvres [...] intelligible et sensible », mais il doit reposer sur de nouvelles bases qui ne sont plus strictement visuelles et qui recourent plus ardemment à la médiation et à la virtualité.

L'exposition est issue d'une volonté d'informer les différents publics des œuvres, dont le public universitaire est le plus déterminant. Louise Grenier, directrice du Centre d'exposition de l'Université de Montréal, maintient que l'exposition répond à une demande de la communauté universitaire :

On a souvent eu des demandes relatives à la provenance des œuvres ou à leurs auteurs. On veut ainsi permettre à tous ceux qui les côtoient d'avoir un minimum d'information à leur sujet. Cela va au-delà de l'étiquette, c'est pour mieux faire comprendre cet ensemble-là à la communauté universitaire et au public en général (Louise Grenier, directrice du centre d'exposition, citée par Gervais 2008).

C'est donc dire que l'exposition s'adresse à plusieurs publics, dont un public avec des attentes qui deviendra, avec l'arrivée de l'exposition, un public averti. *Art pour tous* s'adresse généralement à deux publics : le public qui vient voir l'exposition en connaissant préalablement sa nature (averti) et le public qui côtoie l'œuvre de par son environnement immédiat et en fait ainsi la rencontre (fortuit). Le volet virtuel de l'exposition est ce qui permet à un public fortuit de devenir averti, au *visiteur* de devenir *spectateur*.

La visite est une rencontre, avec quelqu'un ou quelque chose, qui se fait dans des conditions déterminées (Morvan & Rey 2005 : vol. 4, 1956). Dans le cas d'*Art pour tous*, ces conditions s'incarnent dans le cadre muséal qu'instaurent les cartels, socles et affiches en désignant les œuvres comme telles et en prescrivant, de ce fait, un comportement respectueux de leur intégrité. Le visiteur, personnification du public fortuit, représente déjà une fraction du public potentiel de l'exposition – personnel et étudiants de l'Université de

Montréal, gens qui passent sur le campus, internautes mêmes.<sup>37</sup> Souvent, les œuvres d'art publiques se trouvent dans l'environnement immédiat des usagers de l'Université de Montréal, qu'ils soient employés ou étudiants. Ainsi, la rencontre avec l'objet d'art est inopinée pour le visiteur de sorte qu'il n'est pas préparé à l'expérience esthétique, d'où l'importance accordée à la médiation et à l'aspect didactique de l'exposition. Selon Florence Chantoury-Lacombe, l'objet d'art public, principalement celui issu du programme d'intégration des arts à l'architecture, travaille essentiellement sur trois échelles différentes : celle de l'objet, celle de l'édifice et celle de l'atmosphère urbaine. Ces trois paliers sont importants, car « l'intégration consiste à susciter une participation active à la société tout entière » (Chantoury-Lacombe 2009). Ainsi, l'artéfact doit s'insérer dans toutes ces échelles pour en venir à une intégration complète et réussie qui lui permette d'être l'objet d'un intérêt de la part d'un public qui n'a pas de propension première à l'art. En raison de ce public qui n'est pas au fait des implications d'une pratique de l'art public, les liens entre ces trois échelles ont fait l'objet, dans *Art pour tous*, de questions abordées par les cartels et les textes didactiques à propos des parcours physique et virtuel. Dès lors, la présence de capsules explicatives (disponibles sur le site internet) au sujet des bâtiments entourant les œuvres prend tout son sens.

Il en résulte que pour le visiteur fortuit de l'œuvre, c'est le volet virtuel qui donne accès à l'exposition dans son ensemble. Quelques dépliants sont disponibles sur le campus, mais sont difficiles à trouver et ne sont souvent pas à proximité des œuvres (ces dernières étant régulièrement situées à l'extérieur). Ce sont donc les postes de recherche (les ordinateurs de l'université peuvent être utilisés pour consulter le site d'*Art pour tous*) et la consultation personnelle qui permettent d'avoir accès au contenu de l'exposition. Seule une minorité des individus entrant fortuitement en contact avec les œuvres, physiquement ou (plus rarement) virtuellement, accorde une attention aux œuvres qui lui permette de se

---

<sup>37</sup> Néanmoins, *Art pour tous* est difficilement accessible sur Internet de manière fortuite : les moteurs de recherches mettent l'exposition en "compétition" avec toute autre page concernant l'art de sorte qu'elle n'apparaîtra pas à moins que la recherche ne soit orientée en conséquence, ce qui suppose une connaissance préalable de l'exposition et donc une visite qui n'est pas fortuite. L'augmentation potentielle du public serait donc principalement issue d'hyperliens fournis par d'autres sites internet comme ceux des musées montréalais

« qualifier » comme visiteur.

Dans le musée, les individus fréquentant les objets de l'exposition sont généralement considérés comme des visiteurs et la visite de l'établissement suppose qu'une certaine forme d'attention sera portée à son contenu. Par contre, dans le cas d'*Art pour tous*, la fréquentation ne suffit plus pour qualifier la proximité avec l'œuvre de visite. Le passant, dont la seule présence détermine le statut, devient visiteur au moment où il s'intéresse à l'œuvre, et le visiteur devient spectateur au moment où il s'attarde à l'exposition dans son ensemble. Contrairement au visiteur dont la présence est déterminante en regard d'un point précis, le spectateur est « témoin d'un évènement » (Morvan & Rey 2005 : vol. 4, 960). Selon Pierre Nora, l'évènement se caractérise par la nouveauté du message qu'il porte et par son importance sociale, politique, culturelle : « L'évènement appartient par nature à une catégorie bien cataloguée de la raison historique : évènement politique ou social, littéraire ou scientifique, local ou national [... il] se signale par son importance, la nouveauté du message » (Nora 1974 : 293). L'exposition se définit par le rapport qu'elle établit entre les individus et les objets : il y a création d'un « évènement » autour de l'œuvre par l'exposition alors que l'objet acquiert un caractère nouveau auprès de la communauté qui le côtoie en devenant dépositaire d'une valeur artistique qui ne lui était pas reconnue auparavant. Le dispositif didactique a pour but de permettre cela en explicitant les raisons pour lesquelles l'objet en question en est digne. Le *visiteur* est face à l'œuvre ponctuelle, le *spectateur* est face à l'exposition qui est elle-même exposée virtuellement.

### **2.3.1. Le discours physique : l'œuvre dans sa ponctualité spatiale et temporelle**

Dans le cas de l'exposition physique, l'attention est portée sur l'œuvre qu'il importe de faire ressortir du lieu pour mieux définir son statut : une compétition pour l'attention du visiteur s'engage dans un environnement où abondent les stimuli. L'environnement spécifique de l'œuvre la définit et la particularise, il offre une cohérence spatiale ponctuelle entre lui-même et l'œuvre plutôt que contigüe, entre les différentes œuvres. Ainsi, *Art pour*

*tous* se construit dans un discours de discontinuité qui voit les temps et les lieux de la visite se multiplier. Le langage de l'exposition physique s'exprime dès lors selon de nouvelles modalités qui ne se basent plus sur la mise en relation – créatrice de sens – d'objets dans la continuité spatiale; c'est plutôt un discours déterminé par la discontinuité spatiale et la rupture temporelle qui le caractérise.

Les cartels sont les principaux agents de signalisation des œuvres et de délimitation de l'espace d'attention esthétique. Mary Anne Staniszewski souligne dans son ouvrage *The Power of Display: A History of Exhibition Installations at the Museum of Modern Art* que l'œuvre d'art exposée s'inscrit dans une série de conventions d'installation historiquement déterminées et consciemment mise en scène : « A work of art, when publicly displayed, almost never stands alone: it is always an element within a permanent or temporary exhibition created in accordance with historically determined and self-consciously staged installation conventions » (Staniszewski 1998 : xxi). Or, le cartel est l'emblème de ces conventions puisqu'il signale l'objet comme étant de nature artistique et faisant partie de l'exposition (l'intitulé *Art pour tous* en haut des cartels sert principalement à cela). C'est ce qui fait en sorte qu'un objet qui n'était pas considéré comme de l'art par une grande partie de son public immédiat prend soudainement un statut artistique, de par son inscription dans une exposition (*Sans Titre* de Roussil en est un exemple). Les intervenants d'*Art pour tous* ont donc utilisé les cartels comme éléments de légitimation des objets auprès du public non initié. En indiquant les éléments importants de l'œuvre et du mouvement auquel elle se rattache, ils viennent dénoter l'œuvre comme un élément valable du milieu artistique québécois et, souvent, contemporain.

En conséquence, l'attention se porte sur la relation ponctuelle de l'œuvre à son environnement. C'est surtout visible dans le cas des œuvres de l'Université de Montréal issues du programme d'intégration des arts à l'architecture, où l'objet doit s'insérer dans un bâtiment qui illustre lui-même une partie de l'histoire universitaire et un développement des savoirs et des connaissances (ce dernier justifiant la construction d'un nouveau pavillon). Souvent, les œuvres en viennent, par leur association avec le bâtiment qui les entoure et sa fonction de recherche, à symboliser elles-mêmes une partie de l'histoire universitaire. Par

exemple, *Le Jardin des Hespérides* de Richard Purdy est à la fois une illustration de la vocation mathématique du pavillon André-Aisenstad et une évocation de l'Université de Montréal en tant que lieu de rassemblement des savoirs (l'institution d'éducation) et de la nature (le Mont-Royal où se trouve l'institution) (voir annexe, figure 13). Un autre exemple d'œuvre illustrant une partie de l'histoire universitaire se trouve dans la statue d'Édouard Montpetit faite par Sylvia Daoust, qui représente le premier secrétaire de l'Université de Montréal, avocat, économiste et sociologue (Art pour tous 2010) (voir annexe, figure 14). De ce fait, *Art pour tous* devient aussi une exposition d'architecture dans la mesure où elle met en scène les bâtiments qui entourent les œuvres, sans toutefois les instrumentaliser pour en faire de simples documents témoignant d'un contexte de production artistique. Une grande partie du public ciblé par l'exposition se trouve à l'Université et fréquente les bâtiments dont il est fait mention de sorte que ces derniers sont d'abord et avant tout associés non pas à un style architectural contextualisant, mais à une pratique scientifique et à une évolution perpétuelle des connaissances. De ce fait, une multitude de points de vue sur les œuvres est encouragée puisque chaque visiteur est incité à mettre à profit ses connaissances d'une discipline dans le déchiffrement d'une œuvre. C'est, selon Janice Affleck et Thomas Kvan, l'attitude qu'il convient d'adopter en vue d'une insertion harmonieuse des œuvres et des contenus didactiques :

Information is presented as interpretation, encouraging multiple viewpoints and active participants. It implies that we cannot simply impose one explanation of an object or aspect of heritage and expect a consistent response from every viewer, as each visitor will have their own perceptions based on their levels of pre-understanding (Affleck & Kvan 2008 : 93).

Il s'agit donc d'adapter le contenu didactique de l'exposition afin que les visiteurs puissent aisément y intégrer leurs propres connaissances, qui ne relèvent pas nécessairement du monde de l'art. Les œuvres, de par leur insertion dans leur lieu, en viennent à symboliser l'évolution de pratiques universitaires dans un rapport symbiotique complexe et particulier à chacune. C'est par ce rapport symbiotique avec le lieu universitaire et son histoire que les discontinuités du parcours sont expliquées – et en quelque sorte justifiées. La relation privilégiée d'une grande part des visiteurs à l'environnement architectural constitue à la

fois une opportunité et un danger pour l'exposition. Les visiteurs de l'œuvre connaissent le milieu de recherche auquel elle se rattache (pour les œuvres qui ont été réalisées dans l'esprit du programme du 1%). Leurs connaissances sont une porte d'entrée pour une interprétation des œuvres face auxquelles, avec l'aide des cartels, ils ne se sentiront pas démunis. Par contre, cela implique aussi qu'il faille faire ressortir les composantes *artistiques* des objets pour qu'ils ne soient pas réduits au statut de témoin d'une science. D'où la nécessité de faire ressortir les œuvres dans le paysage universitaire physiquement (présence des cartels) tout en mettant l'accent sur leur importance artistique (contenu des cartels).

### **2.3.2. L'entre-deux : les audioguides comme pont entre les expositions physique et virtuelle**

Les audioguides constituent un matériel disponible par Internet, mais qui vise une utilisation physique. De ce fait, ils adoptent une fonction de liaison entre les expositions physique et virtuelle. Ils sont grandement représentatifs de l'exposition physique, dont ils illustrent la discontinuité spatiale et temporelle en présentant les différents parcours par des narrateurs différents auxquels les spectateurs peuvent s'identifier – parmi eux se trouvent : un professeur d'histoire de l'art (pour le pavillon Roger-Gaudry), la directrice du Centre d'exposition de l'Université de Montréal (pour les pavillons des sciences), un étudiant (pour le CEPSUM), un employé du service des postes de l'Université de Montréal (pour les Anciens couvents), une employée des services de soutien (pour les pavillons des sciences humaines) et une étudiante (pour la Faculté de médecine vétérinaire). Cette polyphonie des voix semble viser un sentiment d'identification à l'un des personnages alors que tous adoptent un ton passablement familier bien qu'ils utilisent un langage standard. Comme les cartels, les audioguides tentent d'inscrire les œuvres dans la modernité artistique québécoise. Puisque l'exposition exemplifie la collection de l'Université de Montréal, cette dernière y est aussi inscrite de manière indirecte, plaçant de ce fait l'institution comme un mécène important dans le milieu de l'art de la province. Parallèlement à cela, les audioguides établissent tant dans leur nature que dans leur discours une continuité entre les

œuvres, un objectif relevant de l'exposition *virtuelle*. En effet, ils indiquent l'itinéraire, apportent de l'information sur les parcours de l'exposition (Roger-Gaudry, Pôle scientifique, Équipements sportifs, Anciens couvents, Pôle des sciences humaines, Campus de Saint-Hyacinthe) et établissent des liens entre ces différents parcours par un propos historique.

Ainsi, les audioguides et *Art pour tous* viennent médier ces œuvres en les faisant passer d'éléments du paysage de nombreux usagers de l'Université de Montréal (personnel et étudiants confondus) à emblèmes de l'histoire d'une institution. Implicitement, l'Université est placée comme un élément digne de s'inscrire dans les modalités de production d'œuvres d'art, ce qui la signale elle-même comme une institution d'importance dans le milieu plus large que représente la société québécoise. Par le choix des œuvres qui s'inscrivent toutes dans une modernité artistique québécoise, l'Université se place par ailleurs comme mécène dans le milieu de l'art québécois. La présence d'œuvres d'artistes étrangers parmi celles sélectionnées dans le cadre de l'exposition n'est pas non plus anodine : elle illustre bien la vocation multiculturelle de l'institution qui attire chaque année des étudiants et des chercheurs de partout dans le monde. Cet aspect international n'est pas non plus sans implications : il permet de positionner l'Université de Montréal comme acteur important de l'échiquier universitaire international.

### **2.3.3. Le discours virtuel : l'œuvre dans une continuité fictive et historique**

Dans l'environnement virtuel, le but de l'exposition n'est pas de faire ressortir le statut de l'œuvre qui est déjà acquis : il s'agit plutôt de présenter le parcours expositionnel et de mettre en valeur les œuvres dans le contexte de la collection universitaire. La présentation du parcours reposant entièrement sur le volet virtuel, sa mise en évidence est cruciale : *Art pour tous* cherche à mettre en place une exposition et ne se limite pas à la (re)mise en valeur d'œuvres préalablement exposées. En conséquence, c'est sur l'insertion de l'œuvre dans le lieu que se porte l'accent. L'instauration d'un lien fort entre les volets physique et virtuel est déterminante pour la cohérence de l'exposition. Lors de l'exposition

physique, le lieu est au cœur de la mise en valeur de l'œuvre (pour la faire ressortir, pour mettre en évidence l'importance symbolique du bâtiment aux yeux de ses utilisateurs), il doit donc aussi l'être pour l'exposition virtuelle. Il est donc de nouveau l'objet d'attention dans le volet virtuel en tant que motif de la continuité expositionnelle entre les œuvres. Laisées à elles-mêmes, les œuvres présentent peu de cohérence entre elles si ce n'est leur appartenance à la collection universitaire.

Traditionnellement, le lieu d'exposition vise une cohérence et une homogénéisation spatiale qui permettent de mettre en place des liens entre les œuvres de manière claire. Dans le cas d'*Art pour tous*, c'est la plateforme virtuelle qui remplit cette fonction en se concentrant sur les lieux de l'exposition : information sur les bâtiments entourant les œuvres, importance de ces derniers sur le campus universitaire, origine de leur nom – toutes ces informations indiquent l'importance du lieu pour l'œuvre et, indirectement, la nécessité de sa visite. En aucun cas la plateforme virtuelle n'est conçue comme un remplacement de la visite physique. Compte tenu de la diversité des lieux de l'exposition et de la distance qui les sépare, il est fort probable que l'exposition ne soit pas visitée dans son entièreté, du moins de manière continue.

Laurence Allard explique que la pluralisation de l'espace public esthétique permet de réunir les œuvres et la consommation de la culture de masse :

Une telle entreprise de pluralisation de l'espace public esthétique, hors de ses formes institutionnelles reconnues, implique de prendre en compte des formes plurielles d'espaces publics, institutionnalisés ou informels, liés à des pratiques culturelles des plus diverses [...]

Une entreprise de pluralisation de l'espace public esthétique vise donc à rendre plus perméables les frontières entre les œuvres et les pratiques de la culture de masse et celles des arts canoniques. Ainsi, se trouvent engagés tout à la fois une mise en continuité et un décloisonnement de cette culture pour experts qui envahit l'espace public esthétique (Allard 1999 : 216-217).

Dans cette optique, l'exposition virtuelle est un outil complémentaire qui permet de réunir la visite fortuite et la compréhension informée, surtout à un moment où de plus en plus de gens font l'acquisition d'appareils électroniques disposant d'une connectivité internet (téléphones et tablettes « intelligents », etc.). C'est ce qui permet d'avoir une connaissance

de l'exposition dans son ensemble, pour faire l'expérience d'œuvres dans leur ponctualité de manière informée. L'expérience d'un nombre restreint d'œuvres est rehaussée par une expérience virtuelle (et de ce fait partielle) de l'exposition. Pour chaque bâtiment, une liste d'œuvres à proximité est établie, avec des hyperliens vers leurs pages. Par exemple, au pavillon Jean-Coutu, trois œuvres sont citées : *Osmose* de Yechel Gagnon, *Histoire de la santé au Québec* d'Umberto Bruni et *Micropaysages* de Jean Lantier (Art pour tous : Bâtiments, pavillon Jean-Coutu) (voir annexe, figures 15, 16 & 17).

En ancrant l'œuvre dans son milieu, l'exposition est en mesure d'établir des liens entre chaque emplacement et de créer une cohérence expositionnelle qui relève de la spatialité virtuelle plutôt que physique : les œuvres se côtoient dans le monde virtuel de l'exposition. Si l'internaute prolonge sa visite virtuelle sur les campus de l'université, cette continuité pourra aussi s'avérer cognitive. Lors de la visite physique, la signalisation expositionnelle est restreinte aux cartels et (incidemment) aux audioguides, mais dans le cas de l'expérience virtuelle de l'œuvre, le dispositif didactique est beaucoup plus élaboré. Il inclut de nouveau les audioguides, mais aussi des textes d'une centaine de mots concernant la description de l'œuvre et le courant artistique qui s'y rattache. On y parle de l'auteur, de l'année de production, du médium, des dimensions, de l'origine et de l'emplacement. Les informations relatives au courant artistique positionnent l'œuvre comme importante dans le cadre de la production québécoise de par sa référence à des entités plus connues que le nom de l'artiste comme l'automatisme, l'*action painting* ou le groupe des Sept (éléments expliqués dans le glossaire advenant que le spectateur n'en connaisse pas les principes de base). De plus, des liens vers des informations sur les artistes et les bâtiments sont fournis. Entre autres, des biographies d'artistes et des informations quant à leur démarche artistique sont présentées sous la forme de courts textes d'une centaine de mots. Alors que l'exposition physique vise la mise en valeur de l'œuvre par son environnement, l'exposition virtuelle met plutôt en scène les œuvres dans le contexte du collectionnement.

La mise en place d'un circuit physique par les intervenants permet d'établir une exposition dont le parcours est rendu disponible par le virtuel. Reesa Greenberg souligne dans cet esprit que le médium internet permet d'inscrire des éléments géographiquement

éloignés dans un espace de proximité :

If reprising exhibitions on the web increases the amount of exhibition material and disseminates it more widely, it also collapses traditional notions of exhibition time and space. Past and future exhibitions re-presented on the web become a simultaneous present, while geographically distant exhibitions become proximate and available for scrutiny (Greenberg 2009).

Cette proximité est virtuelle, sur le site même, mais aussi mentale puisqu'il s'ensuit l'établissement de liens entre les œuvres par les spectateurs, même si c'est dans des temps éloignés (lors d'une visite dans un pavillon qui n'est pas habituellement fréquenté par le spectateur par exemple). C'est la disponibilité des capsules de baladodiffusion et des informations contextuelles, révélant l'exposition et le parcours, sur Internet qui rendent « visibles » ou « publiques » des œuvres qui l'étaient pourtant déjà en les articulant comme telles. L'exposition est issue de la plateforme virtuelle sans laquelle elle n'existerait pas : c'est elle qui permet d'établir les liens entre les œuvres et de les expliciter puisque les œuvres ne se côtoient pas dans la réalité physique. La cohabitation des œuvres ne s'avère que virtuelle. Cependant, c'est aussi une manière d'exemplifier ce qui constitue l'exposition en tant que telle, c'est-à-dire la réunion d'œuvres qui n'étaient pas destinées à l'être, la contiguïté organisée.

## 2.4. Conclusion

En définitive, *Art pour tous* est un lieu de médiation des œuvres par son parcours physique (lors de leur présentation) et virtuel, ce dernier présentant les œuvres par le biais d'un médium qui n'est pas le leur. Contrairement aux expositions traditionnelles, c'est le lieu d'une double exposition des œuvres, lesquelles étaient déjà présentées *in situ* avant la création d'*Art pour tous*. Il y a donc chevauchement des mises en exposition, dont la seconde se concentre sur la signalisation et la mise en valeur des œuvres par différents dispositifs didactiques. De ce fait, un discours expositionnel s'exprime et légitime les œuvres en les insérant dans leur contexte artistique, théorique et historique. À cet effet, plusieurs types de médiation sont utilisés : cartels, audioguides, autres textes qui révèlent la discontinuité caractéristique de l'exposition, principalement dans ses aspects temporel et

spatial, mais aussi dans sa structure même qui allie parcours physique et virtuel. Lorsque ces deux aspects ne sont pas articulés en complémentarité, d'autres éléments doivent légitimer l'exposition virtuelle et la rendre attrayante auprès de ses publics, notamment en y associant des éléments inédits qui permettent d'opposer à l'authenticité de l'expérience physique les connaissances du virtuel.

## 3. Le *Google Art Project*

### 3.1. L'exposition virtuelle « émotive »

L'exposition muséale a longtemps reposé sur l'idée de contemplation (parfois même méditative) des œuvres, fondée entre autres sur une analyse (personnelle) approfondie de l'objet de cette contemplation. Aujourd'hui, dans les expositions virtuelles, comme dans beaucoup de musées, cette approche est mise de côté pour miser sur l'expérience instantanée de l'œuvre. Plusieurs expositions virtuelles en font foi, notamment en raison du fait que l'absence de l'objet réel évacue la possibilité d'une contemplation réflexive réservée à l'original. À ce titre, le Google Art Project constitue un exemple révélateur.<sup>38</sup>

Le projet est quelque peu ambigu. Il est constitué d'un rassemblement d'expositions virtuelles présentées grâce à la technologie *Google Street View*. Cette dernière permet de filmer de manière tridimensionnelle un espace et de s'y déplacer « à la manière » des jeux vidéo, c'est-à-dire avec des champs de vision et des possibilités de déplacement similaires à ceux du monde réel, bien que transposés à un écran d'ordinateur. Au mois d'avril 2012, 151 musées et organisations artistiques s'étaient joints au projet; tous présentent des images en haute définition et quelques-uns la technologie *Street View* (Smith 2012). Le projet présente une mise en abîme virtuelle<sup>39</sup> du principe de collectionnement alors que le *Google Art Project* archive les expositions : il « collectionne » les collections. Le projet illustre dans son principe même ce que fait un musée et en reproduit l'organisation. De même qu'il « extrait » l'objet du musée et le reproduit dans sa structure virtuelle, il « extrait » l'exposition du musée et la transpose dans son site, il « extrait » le musée de sa dimension physique pour le projeter dans le virtuel selon des critères et des propriétés nouveaux. Tout d'abord, en raison du médium écranique apparaît un déplacement des propriétés physiques des œuvres vers une représentation pixélisée, mathématique, relevant de la formule plutôt que de la technique. Edmond Couchot et Norbert Hillaire soulignent d'ailleurs que les

---

<sup>38</sup> <http://www.googleartproject.com/>

<sup>39</sup> Virtuelle dans le sens informatique du terme, c'est-à-dire des éléments (terminaux, mémoire...) d'un système informatique considérés comme ayant des propriétés différentes de leurs caractéristiques physiques (CNRTL 2012).

technologies numériques apportent un « changement d'état profond de la technique : le passage d'une activité empirique à une activité réglée par un raisonnement formalisé, sa subordination systématique à la science et à ses méthodes, au *logos* » (Couchot & Hillaire 2003 : 16). Dès lors, l'appréciation de l'objet d'art ne se fonde plus (en partie) sur la contemplation, mais sur la seule connaissance de l'œuvre selon des paramètres précis : l'ensemble des détails de la reproduction en haute définition et l'encouragement à effectuer des recherches contextualisantes.

Pourtant, bien que le musée traditionnel favorise souvent une présentation « rationnelle » de l'œuvre qui s'accompagne d'information didactique et contextualisante, le *Google Art Project* se défait de son modèle organisationnel premier pour s'ancrer profondément dans l'émotivité plutôt que dans l'informativité ou la rationalisation. En effet, il sollicite davantage une réaction émotionnelle instantanée qu'une réaction intellectuelle réfléchie. Cette approche s'articule à travers trois éléments principaux. Premièrement, le site internet présente des données plutôt que des informations, ce qui détourne la question de la contextualisation des œuvres. Deuxièmement, le *Google Art Project* prend le parti de spectaculariser ces données en les présentant de manière inattendue. Troisièmement, l'attention est concentrée sur l'expérience individuelle plutôt que sur le contexte réel des œuvres.

### **3.1.1. Présentation de données plutôt que d'informations**

Avant tout, il importe de clarifier ce qui constitue une donnée, ce qui la distingue de l'information ou du reste du contenu disponible sur Internet. Une donnée est constituée de ceci :

L'ensemble des indications enregistrées en machine pour permettre l'analyse et/ou la recherche automatique des informations, [l']idée fondamentale d'une œuvre, [l']ensemble des circonstances principales, et aussi des sentiments, des passions, des caractères qui servent de base à un poème dramatique ou narratif, à un roman (CNRTL 2012).

La donnée se situe à la base d'un raisonnement, d'un examen ou d'une recherche, contribuant au « résultat » final sans pour autant le constituer. L'information, elle, implique

de donner forme à quelque chose, ou de recevoir quelque chose qui a une forme préétablie, elle consiste en ceci :

l'action d'une ou plusieurs personnes qui font savoir quelque chose, qui renseignent sur quelqu'un, sur quelque chose [...] l'action de s'informer, de recueillir des renseignements sur quelqu'un, sur quelque chose [...] l'ensemble des activités qui ont pour objet la collecte, le traitement et la diffusion des nouvelles auprès du public (CNRTL 2012).

La donnée est un fait qui n'est pas nécessairement contextualisé : la contextualisation, le rassemblement, la façonnent en une information. En présentant l'image comme donnée, élément isolé, le *Google Art Project* parvient à éluder la question de la rationalisation de ce qui est présenté au profit d'une réaction instantanée – ce qui s'apparente davantage à l'expérience muséale traditionnelle qui, étant fondée sur la contemplation, s'éloigne de l'aspect rationnel. Cela s'explique en partie par le fait que Google ne possède ni l'autorité ni l'expertise nécessaires pour émettre une explication au sujet d'une œuvre. Le fait de s'en tenir à des données le dispense donc de toute forme de recherche ou de médiation de sa part en lien avec le contenu de son propre site. La présentation de données plutôt que d'informations permet à Google de s'affranchir de toute responsabilité didactique telle qu'elle incombe généralement aux musées. En effet, la définition du Conseil international des musées (ICOM) souligne la mission éducative des institutions muséales :

Un musée est une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation (ICOM 2007).

Cet affranchissement est particulièrement visible dans la première version du site qui ne présentait que la visite *Street View* et des images. Avec la réforme du site au mois d'avril 2012, des textes contextualisants sont rendus disponibles au sujet de plusieurs œuvres. Cependant, ils sont peu mis en valeur de sorte que l'isolement de l'œuvre, réminiscence du modèle muséal contemplatif, demeure. À côté du titre de l'image, un bouton « Details » permet l'ouverture d'une fenêtre qui présente l'artiste, la provenance de l'œuvre, la technique utilisée, une description, le titre original : toutes des informations mises en place

par le musée qui présente l'œuvre et non pas par le *Google Art Project* lui-même dont la mission est de diffuser un savoir et non pas de le construire (voir annexe, figure 18).

L'isolement de l'œuvre et parfois l'absence d'information à son sujet incitent l'internaute à se fier à sa propre réaction. Christine Bernier soutient d'ailleurs que dans le cas du *Google Art Project* « la réponse aux besoins du regard est instantanée, avant même que naisse le désir de scruter les détails » (Bernier 2011 : 88).<sup>40</sup> Si le spectateur veut plus d'information, il lui revient d'exécuter une recherche et, à cette occasion, de déterminer lui-même ce qu'il trouve pertinent pour l'œuvre dont il évalue la reproduction. Ce faisant, le *Google Art Project* réunit deux approches diamétralement opposées. Il se détache de l'information pour encourager une contemplation différée – virtuelle – de l'œuvre tout en encourageant un recours à la contextualisation par le nom même de *Google* et les hyperliens vers les sites muséaux.

C'est une opportunité pour l'institution muséale de (ré)introduire la recherche d'informations chez le spectateur en l'y incitant de différentes manières. De façon générale, les spectateurs attendent du musée un apport d'information contextuelle sur ce qu'il présente (Henry 2000 : 102). Bien que cette information ne soit pas nécessairement transmise sous forme écrite, elle demeure présente à travers le choix et l'agencement des œuvres, le titre de l'exposition ou de la salle, la manière dont le musée la présente – ce que démontre Mieke Bal dans son livre *Double Exposures : The Subject of Cultural Analysis*.<sup>41</sup> Dans le cas du *Google Art Project*, le spectateur attend une certaine contextualisation qu'il ne trouve pas. Lorsqu'il sélectionne une collection, les œuvres de cette dernière ne présentent pas d'arrangement précis, elles sont alignées les unes à côté des autres sans qu'une narration à leur sujet ne soit proposée. L'absence de contexte crée un suspense. La recherche internet, suggérée par le titre même du site « *Google Art Project* », s'institue comme l'action qui permet le dénouement, la compréhension de l'œuvre.

---

<sup>40</sup> Cette analyse de Christine Bernier date d'avant les modifications majeures apportées au site en avril 2012, elle demeure néanmoins pertinente. Bien que plus d'information et de contextualisation soient maintenant disponibles, c'est la vision de l'image isolée qui subsiste, accompagnée d'un encouragement à profiter des possibilités de vision en haute définition (ce qui donne accès au détail dont il est question dans la citation).

<sup>41</sup> Voir le Chapitre 3 « The Talking Museum », p. 87-134.

### 3.1.2. Spectacularisation des données

Le fait d'utiliser des données plutôt que des informations ou des œuvres réelles permet aussi au *Google Art Project* de les présenter à sa guise et de les utiliser en accord avec l'image qu'il veut donner de son site, à savoir un rassemblement des plus grands musées du monde et des œuvres qui les constituent. Grâce à ce statut de donnée, le musée peut spectaculariser les œuvres qu'il présente. Il arrive fréquemment que le terme spectacle, principalement en référence au musée ou à des institutions comme le *Google Art Project*, soit utilisé de manière péjorative par de nombreux auteurs, notamment en raison de la connotation de loisir qu'il implique. Depuis la publication du livre de Guy Debord, *La société du spectacle*, le terme est souvent associé à une démarche suspecte.<sup>42</sup> Dans leur analyse du spectacle, Danièle Morvan et Alain Rey soutiennent que, après avoir été valorisée comme une activité possédant une valeur en soi dans l'Antiquité, la vision du spectacle a considérablement changé lorsque le travail et la production ont été associés et que le spectacle est devenu synonyme de détente légère voire dissipée, sans réflexion poussée :

Une identification s'est établie entre « loisir et absence d'activité laborieuse. Dès lors, le spectacle tend à ne devenir qu'une occupation de détente et de distraction, le maintien d'une attention minimale pour un repos sans ennui. Une telle conception de spectacle est pauvre : il attire l'attention afin de distraire, c'est-à-dire de détourner l'attention » (Morvan & Rey 2005 : 961).

Pourtant, la définition (et la fonction) première du spectacle n'est pas celle de détourner l'attention de quelque chose, mais de l'attirer vers un objet (physique ou non) particulier. Il n'est d'ailleurs pas étonnant que le spectacle soit au cœur du *Google Art Project*, comme il l'est au cœur du musée<sup>43</sup>, puisqu'il s'agit « de toutes les activités humaines, [de] l'une de celles qui occupent le plus de place dans la plupart des sociétés modernes » (Morvan & Rey 2005 : 961). Le spectacle dans son acception la plus riche s'avèrerait donc un but pour le

---

<sup>42</sup> L'auteur y montre en quoi la marchandise est devenue un véhicule du capitalisme moderne, duquel le spectacle serait l'apogée, à la fois « rapport social entre des personnes, médiatisé par des images » et appareil idéologique, « partie de la société [et] *instrument d'unification* [...] l'unification qu'il accomplit n'est rien d'autre qu'un langage officiel de la séparation généralisée » (Debord 1992 : 16).

musée qui cherche à offrir une expérience enrichissante (de loisir) tout en commandant une certaine attention et un apprentissage; il s'agit de la recherche du spectacle « ultime », qui permette d'attirer l'attention et de divertir tout en encourageant une réflexion et un apprentissage « inconscients » ou « imprévus ».

*Google* donne à voir les images de manière inattendue et spectaculaire, engendrant l'étonnement. Les images sont présentées de manière extrêmement rapprochée, dans un rapport de proximité impossible dans un musée pour des raisons de sécurité, mais aussi pour des raisons physiques : même en acceptant la possibilité pour le spectateur d'être directement face à l'œuvre, la vue humaine ne permet pas un rapprochement tel que celui proposé par le *Google Art Project* (voir annexe, figures 19 & 20 pour un exemple). Cet étonnement peut éliciter une réponse « émotive », dans le désir de voir l'œuvre originale par exemple, mais aussi dans l'étonnement de ce qui lui est offert. C'est sans compter que les images en gros plans suggèrent l'exclusivité d'une vue que le visiteur de musée habituel, auquel est réservée l'expérience « authentique » de l'original, ne peut pas avoir. Ce sentiment d'exclusivité peut lui aussi s'accompagner d'affect. L'idée d'aller « à l'intérieur » d'une image s'apparente à une sorte de quête alors que le spectateur est en mesure de la disséquer pour en découvrir (ou en créer) le sens.

### **3.1.3. Expérience individuelle**

En se concentrant sur l'émotivité ou l'affect de l'expérience virtuelle, le *Google Art Project* détourne l'attention de la reproduction de l'œuvre vers ce qu'elle offre de supplémentaire à une expérience en milieu physique. Cette centralisation sur l'expérience individuelle et sur ce que ressent l'individu dans son parcours virtuel est particulièrement visible dans les collections personnelles que peuvent constituer les internautes pour présenter leur « musée personnel » aux autres visiteurs. Ces collections servent plusieurs fonctions auprès des internautes, mais toutes visent à individualiser leur expérience et à la légitimer.

---

<sup>43</sup> Comme l'a démontré Élisabeth Caillet dans son livre *À l'approche du musée, la médiation culturelle*.

La constitution d'un « musée personnel » permet à l'internaute de se représenter sur Internet à travers ses goûts, ses connaissances. À chaque élément inclus dans une collection personnelle, un commentaire peut être apposé, des informations prises sur Internet à l'aide d'une recherche *Google*, des souvenirs personnels associés à une visite physique ou même des photographies de celle-ci. Les représentants du *Google Art Project* eux-mêmes admettent que le but du projet n'est pas d'offrir l'expérience authentique de l'œuvre, mais bien de rendre *une* expérience de celle-ci disponible au plus grand nombre possible : « It's our first step toward making great art more accessible » (Sood 2011). Cette citation indique deux choses. La première : le *Google Art Project* considère rendre l'art accessible à tous, le démocratiser. La seconde : cette exposition virtuelle ne semble pas être le résultat ultime de *Google* dans ce projet, mais bien une étape s'inscrivant dans un tout qui n'a pas encore été dévoilé. La question de la démocratisation s'avère particulièrement intéressante puisqu'elle est loin de créer consensus.

Plusieurs critiques se sont élevées envers le projet en mentionnant non seulement qu'il s'agit d'une expérience édulcorée de l'œuvre, mais qu'elle s'avère aussi élitiste. On lui reproche d'offrir l'illusion de la démocratisation (Perl 2011) :

Museumgoing is turned into a computer game. The museumgoer is the robot [...] Perhaps the most important thing to be said about the Art Project is that despite all the talk of interactivity and the application of Google's street view technology to the museumgoing experience, what we have here is just a new version of an old dream—the dream of bringing an ever expanding audience into contact with works of art. The greatest museums, some of which are featured in the Art Project, are dedicated to that democratic promise, which is a promise not that everything is for everybody but that anybody should have the chance to experience anything [...] What the Art Project produces is an illusion of democratic experience (Perl 2011).

L'auteur soulève un point important puisque l'accès illimité à la reproduction ne démocratise en aucun cas l'œuvre en tant que telle et l'expérience muséale, elle, demeure le fait d'un petit nombre, d'une élite géographique ou économique (la population vivant à proximité du musée et celle qui a les moyens financiers de le visiter, par tourisme ou non). Pourtant, l'immersion dans l'image en offrant une expérience enrichissante ne permet-elle

pas cette démocratisation? Roberta Smith par exemple affirme qu'elle préfère la visite immersive – sous-entendue par le fait de « nager dans l'art » – à la visite physique de la Tate Modern :

And the Tate Modern in London has uploaded no artworks at all: it offers a barren, museum-view tour of the empty Turbine Hall that virtually sniffs: If you want to see our stuff, visit our site. You want to say: No thanks, I'm busy. I'm swimming in art here, with no end in sight (Smith 2012 : C1)

Une œuvre à composante médiatique peut permettre une réelle expérience artistique par l'immersion, Renée Bourassa le démontre dans son livre *Les fictions hypermédiatiques : mondes fictionnels et espaces ludiques – des arts de mémoire au cyberspace* où elle soutient que « le sentiment d'immersion s'effectue par le transport mental dans l'imaginaire plutôt que par l'augmentation de la sensation physique » (Bourassa 2010 : 198). Cependant, l'adéquation de l'œuvre et de sa reproduction demeure problématique. Comme le dit Smith elle-même, elle nage dans l'art et non pas dans l'œuvre. À ce titre, la démocratisation du savoir artistique ne s'avère ni nouvelle ni révolutionnaire : les livres et bibliothèques l'ont déjà rendue possible de sorte que c'est le processus d'accès qui est démocratisé, et non pas l'expérience elle-même. Toutefois, l'accessibilité des différentes sources d'information et leur réunion sur Internet rendent l'expérience d'apprentissage de l'art plus accessible et plus aisée, bien que la disponibilité de l'information ne soit en aucun cas équivalente à sa compréhension. Dans ce même ordre d'idée, Sascha Freudenheim mentionne que le *Google Art Project* présente une vision élitiste de l'accessibilité aux œuvres puisque pour apprécier l'art dans un tel contexte, une appréciation préalable se trouve nécessaire : « At some level, this is a very elite take on the idea of accessibility: you need to be able to appreciate art in order to appreciate art in this context » (Freudenheim 2011). En effet, un individu ayant une propension pour l'art visite probablement déjà des musées – même s'il ne s'agit pas de ceux qui se trouvent présentés sur le *Google Art Project* – de sorte qu'il apprécie le site en regard de ses connaissances artistiques. Néanmoins, la portion de la population qui n'a pas d'intérêt premier pour l'art ne s'intéressera probablement pas plus à la présentation virtuelle des œuvres qu'elle ne s'intéresse à l'exposition muséale. Le *Google Art Project* interpelle donc sensiblement le même public que les musées, sans pour autant l'élargir de

façon significative. Cependant, il peut augmenter le nombre de visiteurs qui se présenteront au musée en raison du fait qu'il s'agit d'une publicité sans précédent pour les musées : accès à un bassin de visiteurs illimités, couverture médiatique importante (comme c'est le cas de tous les projets proposés par *Google*), partenariat d'affaire qui attire de nouveaux visiteurs (les *admirateurs* de *Google* voudront voir le nouveau projet, peut-être même comparer avec l'original).

### 3.2. L'apport du privé aux projets muséaux virtuels

La mise en place d'expositions d'envergure comme le *Google Art Project* exige des ressources et des compétences que ne possèdent pas les musées, même les plus importants. En effet, le budget et les restrictions culturelles imposées aux musées et par conséquent à leurs sites internet font qu'ils ne sont pas en mesure de concurrencer avec les institutions privées. C'est le cas notamment en termes de profits, mais surtout en ce qui a trait à la puissance des bases de données relationnelles<sup>44</sup> qu'ils ne possèdent pas. C'est ce que James Davis, responsable des ressources interactives à la Tate, explique :

The budgetary and cultural restrictions imposed on museum websites held them back from competing in terms of leveraging the power of relational databases in a way their commercial rivals did. The "real" world had better examples of almost everything (Davis, James 2011).

À cause de ce désavantage du musée, les instances privées comme *Google* entrent en jeu. Dans cette optique, l'apport du privé demeure indispensable à la mise en place de sites virtuels compétitifs qui demeurent rentables. L'Internet étant maintenant essentiel à tout musée d'envergure internationale, pour des raisons communicationnelles et promotionnelles entre autres, il est devenu un outil de visibilité qui le façonne et le détermine. Ceci se distingue dans trois principaux aspects du musée à l'ère d'Internet, à savoir les avantages et les désavantages que comportent les entreprises internet privées, la nécessité d'un partenariat public-privé et l'importance pour le musée de demeurer compétitif dans l'économie touristique actuelle.

---

<sup>44</sup> Base de donnée relationnelle : Base de donnée mettant en relation entre eux chacun de ses éléments

### 3.2.1. La nécessité pour les musées d'un partenariat avec l'entreprise privée

L'institution muséale ainsi que ses œuvres sont généralement considérées, du moins dans le monde occidental (principal concerné ici), comme publiques puisque relevant du patrimoine national ou mondial. Le fait que les œuvres soient patrimoniales et libres de droits permet aux musées et au *Google Art Project* de présenter les œuvres virtuellement. Ces objets du domaine public et leur reproduction sont pourtant gérés, dans ce cas-ci, par une entreprise privée qui ne possède pas de compétences artistiques ou culturelles en tant que telles et dont les qualifications sont plus informatiques qu'esthétiques. Dans cette perspective, la menace d'une marchandisation des contenus muséaux est réelle. Certains observateurs maintiennent d'ailleurs que le *Google Art Project* instrumentalise les œuvres, entre autres par leur représentation. Pour sa part, Sebastian Smee soutient que l'art est une forme d'antidote dans un monde surchargé de virtuel et de technologie :

But in the end, art stands apart from — and is in many ways an antidote to — our contemporary tendency to succumb to techno-lust, our hang-up with “virtual” experience, maximum visibility, and infinite reproducibility. Art gains its kick from its palpable presence (ask any collector). It is about those immediate, untranslatable experiences that take place in our souls and not on a pixellated screen. At bottom, it is more concerned with what cannot be known, about what gets lost in shadows, than with what can be illuminated by means of higher and higher resolution and by multiplying phalanxes of pixels (Smee 2011).

Martina Margini maintient dans le même ordre d'idée qu'il faut se méfier d'une tendance vers un art « prêt à emporter », qui se consomme dans la légèreté, la facilité et l'inattention :

L'immatérialité est devenue une caractéristique clé des nouvelles tendances artistiques, ainsi que sa fluidité des semblances et son état de localisation « diffuse » sur le territoire. Les pièces envahissent le monde de façon atypique. Avec cette perte de consistance de l'œuvre on perd sa caractéristique d'unicité intrinsèque. Mais sa reproductibilité et manipulation est rendue possible par internet : on peut tous [*sic*] savoir sur l'art,

---

(*Microsoft Access* est un exemple de base de donnée relationnelle).

s'approprier des œuvres et les conserver chez soi sans nécessairement aller jusqu'à l'autre bout du monde pour visiter la dernière incroyable production de l'artiste « cool ». Quelle est la valeur de l'art aujourd'hui ? N'est-elle pas qu'un fantôme du passé ? N'est-elle pas seulement un ensemble de mots utilisés par les vieux critiques d'art pour décrire l'indéchiffrable aura des grands chef-d'œuvre [*sic*] des maîtres d'antan ? Est-elle définie par le prix auquel le dernier Picasso a été vendu chez Christie's ? On va lentement perdre la démarche première de l'art, son intégrité et honnêteté. La marchandisation des œuvres, la commercialisation des institutions d'arts, alimentent la naissance d'un fast-food art, un art take-away, que l'on regarde et que l'on jette. On se retrouve à visiter des expositions où les visiteurs ne savent rien sur l'art ou les artistes, mais qui y vont car c'est tendance... (Margini 2012).

Pour sa part, Anne Krebs, auteure du livre *Le renouveau du musée*, souligne que le musée, en plus de présenter les œuvres, leur offre un contexte dénué d'instrumentalisation politique ou publicitaire :

Il faut souligner, en outre, que l'importance des musées pour le public ne tient pas seulement aux oeuvres qu'ils présentent, mais à l'expertise scientifique dont ils sont les garants [...] Ce que l'on vient y voir, c'est une oeuvre replacée dans un réseau de sens, qui est d'autant plus légitime qu'on le sait déconnecté de toute instrumentalisation politique ou publicitaire (Anne Krebs citée par Coquet 2011).

La plateforme de Google, qui tend plus vers le publicitaire que vers le politique, est une manière pour le musée d'extraire l'œuvre de son milieu neutre, tel qu'il est évoqué par l'auteure, pour la projeter par sa reproduction dans la sphère de la promotion. Dans cette optique, il est possible de s'inquiéter d'une instrumentalisation des œuvres et de leurs reproductions qui pourrait dégénérer et s'avérer induite.

Google, entreprise qui se spécialise dans les technologies internet et qui ne possède aucune expertise en ce qui a trait à l'exposition, traite donc les œuvres comme tout objet de la technologie, sans tenir compte du statut à part qu'elles occupent dans la société. Lev Manovich soutient que la structure même d'Internet impose un statut égalitaire aux objets qu'il traite : « The World Wide Web assumes that every object has the same importance as any other, and that everything is, or can be, connected to everything else » (Manovich 2001 : 16). La technologie elle-même ne peut pas s'adapter à l'objet qu'elle capte pour en rendre les subtilités : qu'il s'agisse d'une œuvre d'art ou d'une ruelle encombrée, le traitement de

l'image demeure le même. Ici, le partenariat avec le privé permet surtout de profiter des ressources importantes de Google en terme de service internet et non pas d'offrir la meilleure expérience technoartistique possible. La technologie utilisée par Google n'est d'ailleurs pas nouvelle, bien que ses applications le soient : la NASA utilisait déjà en 2003 ce type de technologie dans sa mission *Mars Exploration Rover*.<sup>45</sup> En réalité, Google récupère des technologies qui sont aujourd'hui beaucoup plus avancées. Il serait donc effectivement question de démocratisation ici, mais c'est de la démocratisation de la technologie qu'il s'agit et non pas de celle des œuvres ou de l'expérience qu'elles peuvent susciter. Dans cette optique, la question de l'instrumentalisation des œuvres semble légitime.

Il importe néanmoins de préciser que du même coup, Google démocratise aussi un certain savoir, une banque de connaissances. L'entreprise se donne pour mission « d'organiser l'information à l'échelle mondiale et de la rendre universellement accessible et utile » (Google 2010).<sup>46</sup> De ce fait, les activités de Google se présentent comme l'exemple contemporain d'une théorie de Michel Foucault qui considère que l'histoire se trouve maintenant dans un mode organisationnel :

L'histoire a changé sa position à l'égard du document : elle se donne pour tâche première, non point de l'interpréter, non point de déterminer s'il dit vrai et quelle est sa valeur expressive, mais de le travailler de l'intérieur et de l'élaborer : elle l'organise, le découpe, le distribue, l'ordonne, le répartit en niveaux, établit des séries, distingue ce qui est pertinent de ce qui ne l'est pas, repère des éléments, définit des unités, décrit des relations (Foucault 2008 : 14).

---

<sup>45</sup> La technologie, issue d'une collaboration entre la NASA et l'Université Carnegie Mellon, permet de photographier des panoramas en gigapixels (les images contiennent donc des milliards de pixels). Dans le cadre du programme spatial américain et des explorations de la planète Mars qui ont eu lieu depuis le début des années 2000, il était nécessaire de développer une technologie qui permette de collecter les données visuelles les plus précises possible. En 2008, en collaboration avec Google, la NASA et l'Université Carnegie Mellon ont adapté cette technologie et développé un dérivé commercialisé sous le nom de GigaPan, lequel est utilisé dans le *Google Art Project*, mais est aussi offert aux internautes qui voudraient l'utiliser (GigaPan 2012).

<sup>46</sup> « With all our technologies—from search to Chrome to Gmail—our goal is to make it as easy as possible for you to find the information you need and get the things you need to do done » (Google 2010). <http://www.google.com/about/company/products/>

C'est exactement ce qui se passe dans le *Google Art Project*, lorsque certains éléments muséaux sont sélectionnés au détriment d'autres. Dans un billet, le blogueur Kevin Buist se questionne sur le fait que plusieurs salles ou images soient « floutées », probablement pour des raisons légales,<sup>47</sup> et soutient que cela démontre l'échec de Google dans sa mission, ou du moins une faille à son accomplissement :

Google's corporate mission is as simple as it is vast: "Organize the world's information and make it universally accessible and useful." The impassable doorways and blurred paintings of Art Project are significant because they represent the failure of this mission. Or at least its current limit. Even Google—a corporation whose reputation for providing access to information is so ubiquitous that its name has become a verb meaning to access information—has limits (Buist 2011).

En laissant de côté les nombreuses questions que peut engendrer l'imposition de flous, il est aussi possible de considérer que Google atteint son but, c'est-à-dire l'organisation de l'information. Par contre, cette organisation soulève des questions. Pour des raisons que Google ne contrôle pas complètement, l'entreprise, tout en attestant donner un accès illimité à l'art, en présente une vision extrêmement restrictive et qui comporte parfois des lacunes. L'entreprise affirme donner accès à l'histoire de l'art, sa signification et sa beauté :

The Google Art Project is an initiative to provide thousands of high quality, high resolution images from museums accross the globe in one place, making art's history, meaning, and beauty avalaible in ways never possible before (Google Art Project 2012 : Introduction).

Pourtant, c'est une histoire de l'art extrêmement biaisée qui est présentée, une histoire qui laisse de côté tout un pan de la modernité pour les raisons légales mentionnées plus haut – mais ce faisant, les œuvres qui sont présentées sont des œuvres qui, à de rares exceptions près, font consensus.<sup>48</sup> De plus, l'association directe faite entre l'art et la beauté entraîne de nombreuses questions. En acceptant que le *Google Art Project* continue à attirer de plus en

---

<sup>47</sup> Ces raisons légales se rapportent au droit d'auteur : il n'est possible de reproduire, gratuitement et sans permission, que des œuvres qui font partie du domaine public. Dans la plupart des pays, une œuvre n'est du domaine public que 50 ans après la mort de l'auteur.

<sup>48</sup> Dans son article « L'art contemporain, Internet et le musée : notes sur l'institution muséale et son pouvoir d'assimilation de la critique » Christine Bernier met en évidence comment la Tate Britain met de l'avant l'oeuvre de Chris Ofili qui est pourtant sujet à polémique. Néanmoins, c'est l'un des très rares cas, sinon le

plus de musées avec le temps, des œuvres qui remettent en question cette association deviendront libres de droits. À ce moment, la possibilité d'exclure des œuvres, non plus pour des raisons légales, pourrait devenir problématique puisqu'il n'y a pas de réelle réglementation en vigueur sur Internet : il est possible de tout y montrer, mais en même temps il n'y a pas de protection contre la censure.<sup>49</sup>

### 3.2.2. Avantages et désavantages pour le musée

L'avantage pour le musée se trouve dans l'aspect publicitaire important que constitue le *Google Art Project* non pas pour le musée lui-même, mais pour les œuvres en tant que telles. Ben Davis soutient d'ailleurs que la simulation numérique d'œuvres d'art consiste en une publicité pour les œuvres mêmes de sorte que l'intérêt qui leur est porté s'élargit : « obviously, nifty digital simulations of famous art are first and foremost a great ad for the artworks themselves. They are bound to expand interest, not diminish it » (Davis, Ben 2011). Traditionnellement, le nom du musée est synonyme de crédibilité et d'envergure pour une œuvre. En publicité, l'absence d'identification d'un commanditaire permet souvent d'obtenir une certaine crédibilité par la suggestion de l'objectivité : « Hybrid messages provide a unique benefit mix for the sponsor [... who] retains control over the message [while it] appears credible [since it is] not identified » (Balasubramanian 1994 : 30). Cela permet de donner accès à une publicité hybride où le commanditaire muséal a le contrôle sur son message tout en bénéficiant de l'objectivité technologique que lui procure son statut d'objet d'étude. Cette publicité, qui relève à la fois du loisir et de l'apprentissage, se convertit en « ludoéducation » (*edutainment*) où chacune des composantes (le ludique et l'éducatif) se trouve finalement fondue dans l'autre : l'accès à l'œuvre et à sa reproduction est fragmenté alors que l'apprentissage est dépendant d'une recherche suggérée dont les résultats s'avèrent incontrôlés (et incontrôlables). L'apprentissage est d'autant plus difficile que toutes les composantes du site sont posées au même niveau, c'est-à-dire celui de données informatives. Pourtant, l'organisation visuelle

---

seul, répertorié.

<sup>49</sup> Par ailleurs, le problème se perpétuera au fil du temps alors que ce sera de nouvelles œuvres qui seront

du site suggère une certaine hiérarchie et une importance du détail fragmenté qui prime sur l'ensemble évocateur : le détail de l'œuvre l'emporte sur son entièreté, la reproduction individuelle sur la collection, la visite personnelle sur la discussion collective (il est possible de construire et de commenter sa propre collection, mais il n'y a pas de réel espace de discussion qui y soit adjoint).

Le musée, même s'il a droit de regard, n'est plus propriétaire de son propre espace virtuel qu'il cède au *Google Art Project*. Cela explique la sélection restreinte des œuvres présentées : plusieurs musées veulent conserver leurs pleins droits sur certaines sélections de leur collection; par exemple, dans le cas d'une collection particulièrement lucrative dont les œuvres ont déjà été numérisées dans le cadre d'autres projets (comme une exposition éducative), il est possible d'aisément mettre en place une exposition virtuelle. Même si le musée est en mesure de décider des œuvres qu'il présente par l'entremise du *Google Art Project*, la mise en forme et la présentation demeurent uniformes sur tout le site. L'information présentée en accompagnement des œuvres, elle, reste à la discrétion de l'institution muséale qui les possède. L'information sur les musées est quant à elle de nature touristique : court descriptif de la mission muséale et des collections à l'occasion, adresses internet et physique, carte *Google Map* (qui permet à Google de rentabiliser son investissement en faisant la promotion de plateformes connexes). Le musée en vient donc à s'effacer derrière l'œuvre, non pas au profit de celle-ci, mais de la plateforme technologique qui la rend disponible. Pourtant, ce que chaque musée choisit de rendre disponible sur le *Google Art Project*, surtout maintenant que plus de 150 institutions en font partie, demeure révélateur malgré un format uniforme. En effet, en considérant le *Google Art Project* comme une exposition virtuelle, il faut accepter qu'il s'agisse à la fois d'exposition d'œuvres, mais aussi d'exposition d'expositions, une mise en abîme intéressante.

Le *Google Art Project* s'arrogue le pouvoir du musée de déterminer ce qui relève de l'art en affirmant mettre en scène les œuvres importantes de l'histoire de l'art. Le jugement

demeure par ailleurs particulièrement biaisé, surtout dans la mesure où les œuvres présentées sont principalement des œuvres anciennes, ce qui ne laisse que peu ou pas de place à l'art moderne et contemporain (pour des raisons financières et légales, les droits d'auteurs s'appliquant toujours). Il reproduit le geste muséal en discriminant, mais selon des contingences qui lui sont propres (disponibilité, accord du musée, etc.). Le site recrée la structure muséale en la privant, premièrement, de ses murs et, deuxièmement, de l'histoire qui s'y rattache. Il présente les institutions phares d'une histoire de l'art déterminée par des contingences socioéconomiques : le choix des institutions est limité à celles qui se sont adjointes au projet, présentant des œuvres choisies par chaque institution respectivement et sélectionnées en fonction de leurs droits de reproduction. Certains directeurs d'institutions mentionnent par ailleurs que leur entrée dans le *Google Art Project* est signe de leur importance dans le monde de l'art actuel, un énoncé qui peut s'avérer dangereux. En effet, plusieurs institutions phares ne s'y attachent pas pour des raisons diverses (sites virtuels déjà mis en place, considération du projet comme d'une marchandisation des contenus muséaux, etc.), le Louvre en est un exemple. Dans tous les cas, une dichotomie se présente entre le désir de mettre en place une plateforme qui permette une démocratisation des contenus artistiques (sans que le but soit de remplacer la visite muséale) et une sélection des musées et des œuvres qui s'avère somme toute restreinte. Une simple recherche *Google* traditionnelle, limitant les résultats aux images, donne accès à un nombre beaucoup plus élargi de reproductions d'œuvres. Le site devient donc le lieu d'une légitimation du statut de la reproduction au nom de la démocratisation, une démocratisation qui relève plus de la technologie que de l'art comme ce fut démontré plus haut.

### **3.3. L'exposition « manipulable »**

Cette démocratisation technologique répond principalement à une tentation répétée chez les spectateurs d'art de manipuler l'objet de contemplation. L'envie de toucher les objets exposés au musée n'est pas nouvelle, un geste qui n'est normalement réservé qu'à une très faible partie de la population. Dans le cas du *Google Art Project*, ce n'est pas vraiment la technologie *Street View* qui comporte un réel intérêt pour l'internaute. Comme

l'ont souligné plusieurs commentateurs, cette « visite » virtuelle apporte plus un sentiment d'étrangeté que de contemplation esthétique. Parmi eux, Ben Davis mentionne qu'à travers la lentille de la technologie *Street View*, les salles acquièrent un aspect vaporeux et quelque peu déformé qui lui rappelle des *flashbacks* de films, avec l'attente à chaque tournant de la réflexion d'un corps dans la vitre protectrice d'une œuvre : « Everything has that kind of woozy, warped look that makes me think of flashbacks in crime movies. I keep waiting to catch the image of a body in the reflection of one of the paintings » (Davis, Ben 2011). Kevin Buist relate lui aussi son expérience et souligne que plus la ressemblance avec la réalité est soutenue, plus ses failles sont dérangeantes :

Technology often creates this effect. The closer a virtual experience gets to a genuine experience, its deficiencies become more apparent, not less. The field of robotics has encountered a similar phenomenon, dubbed the uncanny valley. The theory states that when robots and other human facsimiles look almost human, they are considerably more revolting than robots that don't try to look human (Buist 2011).

La technologie *Street View* mettrait donc en évidence l'impuissance pour le spectateur de vraiment entrer en contact avec le contexte muséal de l'œuvre. Ainsi, ce sont d'autres stratégies qui sont utilisées pour répondre au besoin d'interactivité du spectateur, à son besoin de compréhension (ou une impression de celle-ci), même si c'est de manière artificielle. Cet aspect manipulable de l'image et de l'exposition est le résultat de deux principaux éléments. Premièrement, une grande quantité d'information est disponible. La nature de l'œuvre d'art comme image résulte souvent en sa présentation comme telle, même dans les musées. En conséquence, les qualités visibles étant souvent privilégiées dans la mesure où le spectateur ne peut toucher les œuvres au musée, leur manipulation dans l'exposition virtuelle s'avère un complément intéressant.<sup>50</sup> Deuxièmement, la source

---

<sup>50</sup> Le visible est privilégié pour la majorité des œuvres, surtout celles qui sont présentées sur le *Google Art Project*. En effet, certaines œuvres d'art contemporain mettent en jeu d'autres sens que la vision de sorte qu'une telle réflexion s'applique moins directement. Néanmoins, ces œuvres ne sont pas présentées sur une plateforme telle que celle de Google pour plusieurs raisons : leur nature récente implique des coûts importants de droits d'auteur et de reproduction; l'ordinateur n'est pas en mesure de transmettre certains éléments sensitifs comme l'odorat par exemple.

intrinsèque de l'image qui se fonde dans la réunion du texte (le code) et de l'image (son résultat) autorise sa manipulation et permet de l'amalgamer à des projets ludo-éducatifs.

### **3.3.1. Disponibilité de l'information et hasard des contenus**

La principale caractéristique de l'exposition virtuelle est sa disponibilité : il s'agit de rendre disponibles des œuvres qui ne le seraient pas autrement. Le visiteur est confronté à une multitude d'informations parmi lesquelles il doit effectuer un choix, lequel traduit son intérêt émotif ou pédagogique pour un élément (une œuvre ou une série d'œuvres dans le cas des expositions virtuelles). Il se trouve face à une œuvre en raison de son intérêt pour elle ou pour un élément qui lui est connexe (un thème, une période, etc.), alors que dans le musée c'est essentiellement en raison de sa présence dans l'exposition, laquelle est le principal intérêt du spectateur. Néanmoins, les données en question, comme les œuvres, ne sont pas toutes aussi accessibles les unes que les autres – c'est là que le hasard entre en jeu. En effet, l'accessibilité d'une information sur Internet dépend de plusieurs variables, la première étant les termes de recherche, s'ajoute le nombre de visites que reçoit un site (plus un site est utilisé par les internautes, plus le moteur de recherche le met en évidence dans les résultats). Dans le cas du *Google Art Project*, il est important de noter que le moteur de recherche le plus utilisé par les internautes est Google de sorte que l'exposition virtuelle est automatiquement mise en évidence lors de recherches qui sont liées à ses contenus – il en est de même pour la plateforme *Google Books*. Bien que l'exposition virtuelle soit présente sur la première page de résultats, elle ne décline pas les sites officiels des musées, lesquels demeurent les principaux détenteurs des œuvres et de leurs droits après les artistes eux-mêmes (ou leurs descendants). Par exemple, lors de la recherche des termes « Uffizi Gallery Florence », en date du 3 octobre 2011, la galerie virtuelle du *Google Art Project* était la dixième entrée proposée (après les sites officiels de la galerie, la page *Google Maps* qui lui est consacrée, une page Wikipédia, une page touristique du gouvernement italien et une page gérée par les galeries Saatchi).

Dans son livre *Double Exposures : The Subject of Cultural Analysis*, Mieke Bal énumère une série d'actes d'exposition, parmi lesquels « montrer et exhiber », « souligner et signaler », « louer et rejeter », « prendre pour acquis », « expliquer et persuader » :

It seems imperative to learn the lessons that museum displays have to offer, so as to understand the implications of such diverse acts of exposition showing and showing off, pointing out and pointing at, praising and trashing and taking for granted, explaining and persuading (Bal 1996 : 88).

Ces actes, bien qu'ils soient des actes d'exposition, ne se trouvent pas toujours dans les expositions. Ils ne sont pas exclusifs aux expositions traditionnelles; ils sont aussi visibles dans les expositions virtuelles, ce qui tend à démontrer les similitudes entre les deux types d'exposition. Dans le cas du *Google Art Project* le fait de montrer et d'exhiber est clairement établi par les photographies détaillées de la facture des artistes, ce qui constitue aussi un signalement (ou un soulignement). La louange et le rejet sont aussi clairement énoncés par les choix qu'effectue le *Google Art Project*. Ils se concrétisent dans l'élection des musées associés au projet de même que dans la décision de leur accorder ou non un volet *Street View*. Ces actes sont aussi visibles dans la présentation des œuvres dont certaines occupent une place prépondérante. Ainsi, l'œuvre considérée comme emblématique du musée est toujours positionnée, lors de la présentation sous forme de mosaïque de la collection, dans le coin supérieur gauche (celui où l'œil se porte naturellement). Par exemple, dans le cas du Musée Van Gogh, *La chambre de l'artiste* apparaît dans le coin supérieur gauche (voir annexe, figure 21).

La visite en personne et sur place des expositions implique qu'il y a une cohérence entre les œuvres. Dans le cas des expositions présentées sur le *Google Art Project*, la visite virtuelle, elle, vise à mettre le spectateur dans le même environnement, mais l'environnement *Street View* est décousu et met parfois mal à l'aise. Il y a une étrangeté dans la visite qui présente des expositions « incomplètes » puisque des images ou des sections sont inaccessibles. Kevin Buist donne l'exemple de sa visite virtuelle de la « Sublime Gallery » de la Tate Britain où il se trouve incapable de poursuivre son chemin dans une section qui lui semble intéressante :

I started my journey in the Art and the Sublime gallery in Tate Britain. I've never been to the real Tate Britain, and I was pleased to find a truly fantastic collection of paintings there. As I meandered from piece to piece, I came to a doorway through which I could see another gallery containing paintings too distant to make out. I clicked to move through the doorway and I was awkwardly shunted to the side. Trying again, I was shifted to the other side of doorway, still unable to pass through. Checking the floor plan in a window to the right, I realized that only a limited number of galleries in the Tate were photographed for the project. As much as I loved the Sublime gallery, I found myself instead transfixed by the doorway through which I could look but not pass (Buist 2011).

La cohérence et l'unité de l'exposition ne déterminent plus la visite : dans ce monde virtuel, certaines œuvres (rendues volontairement floues) brisent le parcours et créent une rupture dans ce qui devait initialement constituer un discours expositionnel (voir annexe, figure 22). C'est sans compter que l'utilisation de la technologie *Street View* dans le musée n'est pas fluide : la vitesse de chargement du compte internet, la qualité de l'ordinateur, ses dimensions, etc. y sont pour beaucoup. Ainsi, la visite virtuelle, qui cherche dans ce cas-ci à recréer une expérience physique, doit se plier à des contingences qu'elle ne contrôle pas.

De telles ruptures dans la visite virtuelle mettent en évidence le principe discursif du musée et de l'exposition et signalent au spectateur l'aspect construit (factice) de ce à quoi il fait face. Ainsi, le *Google Art Project* prend *pour acquis* ses visiteurs dont une visite, même de moindre qualité, pourrait être compensée par d'autres avantages (comme les images rapprochées, l'accès à distance, etc.). La qualité de l'expérience, dans un contexte de si grande disponibilité, ne serait donc plus le principal critère d'évaluation de l'exposition ou de l'œuvre. Bernard Deloche souligne que la démocratisation de l'art est fortement liée à sa considération par l'État comme un bien :

De fait, la culture est considérée par l'État comme un bien – symbolique, certes, mais implicitement monnayable – qu'il convient de partager équitablement dans une société qui se targue de vouloir réduire les inégalités sociales et même d'en faire bénéficier d'autres peuples [en parlant du point de vue de la société française, lequel pourrait aussi s'appliquer à la société québécoise] » (Deloche 2010 : 6).

Cette considération de l'art comme un bien qu'il faut démocratiser expliquerait la présence actuellement de telles expositions virtuelles qui mettent en scène non pas des œuvres, mais des reproductions.

Finalement, expliquer et persuader sont les derniers éléments que mentionne Bal comme actes d'exposition. L'explication est un élément qui est laissé à la discrétion du musée de sorte que certaines œuvres profitent d'une notice détaillée alors que d'autres ne bénéficient d'aucune contextualisation. Il s'agit alors d'expliquer les principaux thèmes évoqués par l'œuvre, de donner une brève description du contexte, de son importance, de celle de l'artiste de même que de son environnement. Ce faisant l'explication se jumelle à la persuasion pour rendre les œuvres pertinentes auprès de(s) public(s). Puisqu'il y a maintenant du texte qui accompagne les œuvres, toute recherche sur un thème connexe amène le chercheur à visiter le site, même s'il n'a pas en tête la visite virtuelle dès le début. C'est ainsi que le visiteur arrive sur le site par « hasard », le résultat d'une certaine « errance » puisque ce n'est pas le site ou l'exposition qu'il cherchait en premier lieu. Il s'agit donc d'une sorte de visite errante, de flânerie virtuelle, de visite sans but précis, mais qui mène le spectateur à une expérience précise.

### **3.3.2. L'œuvre d'art comme image**

L'aspect profondément visuel de l'œuvre d'art, en particulier l'œuvre d'art présentée sur des plateformes comme le *Google Art Project*, fait en sorte que c'est la dimension visuelle des œuvres qui est (exclusivement) privilégiée lors de leur présentation. C'est entre autre dû au fait que le visuel est l'aspect le plus aisément transmissible virtuellement. Dans son ouvrage *Le musée virtuel : Vers une éthique des nouvelles images*, Bernard Deloche se questionne sur « ce qui reste de l'art quand disparaît l'objet d'art au bénéfice d'une pure et simple documentation » (Deloche 2001 : 2). Dans le cadre de sa réflexion, il souligne que l'institution muséale transforme en images les œuvres qu'elle présente :

Bien qu'il soit difficile d'en convaincre tant le public que les agents directement engagés dans l'institution, le vrai musée n'est probablement que virtuel, c'est-à-dire tout entier imaginaire [...] Voilà peut-être ce qui fait aujourd'hui le principe du musée

institutionnel sans qu'il ne sache vraiment lui-même : montrer en affichant des images ou ce qui peut "faire image" puisque le musée est cette étonnante machine qui transforme spontanément en image tout ce qui pénètre dans son enceinte » (Deloche 2001 : 9).

La réflexion de l'auteur démontre bien en quoi il est aisé d'assimiler l'œuvre à son image et, par extension, à sa reproduction. Ce faisant, l'évacuation des composantes techniques va de soi : ce n'est plus l'œuvre (dans son entièreté) qui est vue, mais son image, ce n'est plus l'image (le visuel de l'œuvre), mais sa reproduction (la documentation photographique numérique du visuel de l'œuvre). La manipulation de la reproduction, contrairement à celle de l'œuvre, est acceptable. Le changement de médium opère un retournement important : l'œuvre demeure sacralisée, mais sa représentation, elle, ne l'est pas et permet de « jouer » (changer les couleurs, fragmenter pour réassembler, modifier les proportions ...). Ainsi, le *Google Art Project* continue de mettre en évidence l'importance de l'œuvre originale dans sa présentation du projet, tout en suggérant que la représentation la remplace adéquatement :

Le projet est né lorsqu'un petit groupe d'employés de Google passionnés d'art se sont questionné sur la manière dont ils pourraient utiliser la technologie pour rendre les contenus muséaux (l'art) plus accessibles, non pas seulement pour les visiteurs habituels du musée ou ceux qui habitent à proximité d'une institution muséale, mais à un tout nouveau public qui ne pourrait autrement jamais voir l'œuvre originale de près (Sood 2011).<sup>51</sup>

Dans cette présentation du projet sur le blogue officiel de Google, le chargé du projet Amit Sood soutient que la fonction première du site est de démocratiser les contenus muséaux : « [...] Il s'agit de] rendre les contenus muséaux (l'art) plus accessibles [...] à un tout nouveau public » (Sood 2011). Il laisse alors entendre que la diffusion des contenus vise une démocratisation des savoirs artistiques muséaux. Pourtant, dans le même billet et seulement quelques lignes plus loin, il soutient que le *Google Art Project* est une alternative

---

<sup>51</sup> « It started with a small group of us who were passionate about art got together to think about how we might use our technology to help museums make their art more accessible – not just to regular museum-goers or those fortunate to have great galleries on their doorsteps, but to a whole new set of people who might otherwise never get to see the real thing up close » (Sood 2011).

à la visite muséale : « [nombreux sont ceux qui] ne pourraient autrement jamais voir l'œuvre originale de près » (Sood 2011). De cette manière, le statut de l'œuvre d'art est maintenu tout en légitimant à la fois le *Google Art Project* et la manipulation des images qu'il présente. La désacralisation de l'art par la représentation et l'aspect ludique qui y est attaché permet la démocratisation des connaissances qui y sont rattachées. Cela permet d'exporter l'œuvre hors du musée vers la sphère internet et publicitaire par la représentation qui s'adapte à ces modes par sa nature numérique.

L'image numérique telle qu'elle se trouve entre autres dans le *Google Art Project* est une réunion du verbal et du visible : le code est ce qui permet l'image. D'ailleurs, Edmond Couchot et Norbert Hillaire soulignent la nature paradoxale de l'image « programmée » :

[On note] la nature paradoxale de l'image numérique qui relève de l'ordre du calcul automatique et non plus de la trace quant à sa production, mais qui n'en est pas moins perceptible, comme n'importe quelle autre image (quant à sa réception) [...] Ce n'est pas l'immatérialité qui caractérise les technologies numériques, mais leur programmaticité (Couchot & Hillaire 2003 : 128, 131).

Cet aspect codé de l'image la rend hautement manipulable, que ce soit dans le cas d'une œuvre d'art numérique ou d'une exposition virtuelle. C'est entre autres ce qui permet d'aisément l'insérer dans des « projets créatifs » que propose Google : mettre en place une « exposition personnelle », choisir un assortiment de vêtements qui s'inspire de l'œuvre, insérer cette dernière dans un décor, etc. Dans ce dernier cas par exemple, l'image de l'œuvre est intégrée à une autre image (celle du décor construit par l'internaute) pour créer une « nouvelle » image : il y a processus créatif par le biais du collage (numérique), une technique déjà existante en art, déjà légitimée. Ce processus créatif implique l'internaute dans la découverte de l'art : la forme numérique permet de modifier l'image, de l'adapter à une nouvelle réalité, de la moduler à sa guise de sorte que l'objet n'est plus un témoignage authentique d'une réalité fixée par l'histoire, mais le constituant d'une virtualité qui est propre au spectateur et à son environnement. Pourtant, contrairement à certaines œuvres numériques, le but premier de l'image était l'information et non pas l'interactivité. Le texte

s'introduit donc de deux manières dans le *Google Art Project* : dans la source même de l'image, son code; dans la présentation d'information (y compris les hyperliens).

Avec Internet entre en jeu un aspect ludique qui tient au fait que tout est lié par un code commun qui offre la possibilité de toujours aller vers une nouvelle page. L'espace internet lui-même, de par sa nature interactive entre le sujet et l'environnement virtuel, évoque le jeu de quête. L'image se trouve dans des spatialités virtuelles multiples qui autorisent sa comparaison, sa remise en question, sa manipulation. Par exemple, dans le cas du *Google Art Project*, *La Nuit étoilée* de Vincent Van Gogh peut se trouver dans plusieurs pages du site (sans compter toutes les pages où elle se retrouve à l'extérieur du site). Premièrement, dans la collection du MoMA le tableau est juxtaposé à *Grandcamp, un soir* de Georges-Étienne Seurat, *Portrait de l'artiste au chapeau de paille* de Paul Cézanne et *Ta aa no areois* de Paul Gauguin (voir annexe, figure 23). Deuxièmement, dans le dévoilement par « artiste », l'œuvre est placée aux côtés de *La chambre de l'artiste*, *Nature morte avec coings et citrons* et *Vase aux gladiolés et aster chinois* (voir annexe, figure 24). Troisièmement, dans la section « œuvres », elle apparaît aux côtés de *Saint-François dans le désert* de Giovanni Bellini, *La Cathédrale* de František Kupka, *No Woman, No Cry* de Chris Ofili et *Dans la serre* d'Édouard Manet (voir annexe, figure 25). Dans tous ces cas *La Nuit étoilée* est la première œuvre représentée dans chacune des catégories, ce qui démontre son importance tant dans le corpus de Van Gogh que dans celui de l'histoire de l'art. Dans chacune de ces spatialités virtuelles, la toile de Van Gogh est mise en relation selon des critères communs qui ne sont pas les mêmes et qui établissent conséquemment des rapports différents. Chaque page offre donc une quête de sens nouvelle articulée autour de l'œuvre qui, elle, demeure la même. Même dans le cas de l'exposition physique, chaque nouvelle exposition présente l'œuvre de manière différente : ici, cet aspect de l'acte expositionnel est directement exemplifié dans le mode informatique et virtuel de l'exposition. À chaque itération de l'œuvre, un nouveau rapport est établi avec elle.

### 3.4. Éclatement des modes de relation

L'introduction de l'Internet dans la sphère muséale implique un éclatement des modes de relation qu'entretient le musée avec ses spectateurs et, conséquemment, une fragmentation de ces modes qui se multiplient tout en s'additionnant (puisque'ils ne sont pas mutuellement exclusifs). Contrairement à sa première version qui n'offrait de l'information que du site vers l'internaute, l'Internet 2.0 encourage une implication de l'internaute à la fois dans son expérience virtuelle et dans le site qu'il visite. Ce faisant, de plus en plus d'options interactives, ayant principalement des visées pédagogiques et d'implication du spectateur, deviennent la norme dans les sites relevant de l'exposition d'œuvres. Ainsi, plusieurs options de lecture sont offertes au spectateur en fonction de l'attitude, du « profil » qu'il désire adopter (ou des profils, puisque'une combinaison est souvent possible et même souhaitée/encouragée).

Comme le démontre Mieke Bal, le musée privilégie généralement une relation monologique dans le cadre de l'exposition, où l'institution met en place un discours sans pour autant laisser au spectateur la possibilité de le questionner ou de le développer (Bal 1996 : 30-31). L'exposition virtuelle est une occasion d'éclatement des modes de relation dans la sphère muséale alors que la relation avec le spectateur se complexifie. Dans son texte *The Birth of the Museum*, Tony Bennett soutient que durant la seconde moitié du 19<sup>e</sup> siècle s'établit une relation distinctement moderne entre la culture et le gouvernement avec la conception que les œuvres, les formes et les institutions de la culture savante soient assignées à la civilisation de la population dans son ensemble :

In the mid to late nineteenth century [...] the relation between culture and government come to be thought of and organized in a distinctly modern way via the conception that the works, forms and institutions of high culture might be enlisted for this governmental task in being assigned the purpose of civilizing the population as a whole (Bennett 2009 : 19).

On associait ainsi à la culture savante une capacité de transformer les vies de la population et d'altérer ses comportements (Bennett 2009 : 20). Aujourd'hui encore, potentiellement en raison du financement des musées par l'État, de nombreux efforts sont faits pour attirer la population vers ses musées par divers moyens (expositions virtuelles, expositions

*blockbuster*, visites scolaires, journées des musées ou de la culture, etc.). Le fait de vouloir attirer de *nouveaux* visiteurs implique de s'adresser à des individus qui n'ont que peu de connaissances a) du milieu muséal, b) de l'exposition présentée et (parfois) de son contenu. Dans ce contexte, l'exposition virtuelle est un moyen d'informer le visiteur et de l'attirer vers le musée plus qu'elle n'est une alternative à l'exposition physique. Puisque c'est là le rôle principal qui lui est attribué et qu'elle s'adresse à un individu qui n'est que peu en mesure de produire un discours sur le produit expositionnel, la position muséale narrative devient exclusive, à l'instar de nombreuses expositions physiques. C'est entre autres ce que démontre Mieke Bal dans son ouvrage *Double Exposures : The Subject of Cultural Analysis* : dans une conversation normale, les positions « je » et « tu » sont réversibles, alors que la "troisième" personne est impuissante, exclue. Dans le cas de l'exposition, le « tu » ne peut pas prendre la position du « je » puisque le « je » effectue la représentation, le geste de montrer, en conjonction avec un « tu » qui peut être réel, mais qui est aussi imaginaire, anticipé, et partiellement déterminé par la construction du discours :

In a normal conversation, the "I" – "you" positions are reversible, while the "third" person is powerless, excluded. But in the case of exposition, the "you" cannot take the position of the "I". While the "I" performs the representation, the gesture of showing, in conjunction with a "you" who may be real, but is also imaginary, anticipated, and partly molded by that construction (Bal 1996 : 30).

C'est donc une construction de la subjectivité du musée par la « conversation » qui, en se présentant comme objective et exacte, empêche l'émergence d'une réponse de la part du spectateur : la « conversation » est essentiellement un monologue qui ne laisse pas au spectateur la possibilité d'intervenir – ce qu'il ne veut pas nécessairement faire, principalement s'il recherche un code comportemental pour sa visite au musée comme le soutient Joëlle Le Marec dans son étude « Les études d'usage des multimédias en milieu culturel : une évolution des questions » :

[les visiteurs] y voient une occasion de comprendre ce que l'institution attend des visiteurs, comment voir les œuvres par exemple [...] Les visiteurs cherchent dans les dispositifs de médiation des moyens de se rapprocher d'un idéal de la relation entre l'institution et ses publics, et ils font confiance aux musées pour assumer cet idéal de manière la plus compétente possible (Le Marec 2004 : 16).

Le discours rendrait donc lisible non pas l'œuvre elle-même, mais l'agent déclaratif, l'agent d'exposition qui se situe à la première personne. L'auteure ajoute que bien que le musée soit le lieu d'une exposition, cette dernière comporte aussi un aspect temporel important. En effet, l'exposition présente l'œuvre d'une façon spécifique, mais cela ne vaut que pour la durée de l'événement. (Bal 1996 : 146). L'aspect temporel est aussi très important dans le cadre des expositions virtuelles qui permettent d'accéder à une exposition à tout moment, même lorsqu'elle est terminée, un argument souvent évoqué par l'institution muséale. Pourtant, si le but premier de l'exposition virtuelle est l'incitation à la visite, un de ses aspects principaux se trouve dans sa fonction d'archivage. Il y a un déplacement complet de la mission que donne l'institution à son site en raison du temps qui passe plutôt que de changements au contenu. Par exemple, lors de la première mise en ligne du *Google Art Project* en février 2011, les institutions muséales ont mis en valeur leurs collections, mais également leur exposition par l'utilisation de la visite virtuelle *Street View*; aujourd'hui, ces salles peuvent avoir changé, mais la visite virtuelle disponible demeure la même. Il y a donc archivage, trace, conservation de l'exposition. L'aspect spatial joue aussi un rôle important puisqu'il permet à des gens éloignés de voir des œuvres du musée par Internet, ce qui constitue un déplacement de la mission accordée originellement aux volets virtuels.

Pour le musée comme pour Google, il s'agit d'organisation. Pour Google, il est question d'organisation des savoirs dans un format à la fois ergonomique et attrayant. Pour le musée, il s'agit de mettre en place une exposition principale *informative* qui permette au visiteur de structurer sa pensée lors de sa confrontation avec l'œuvre, ce qui lui permet d'avoir une expérience agréable. Selon Bernard Deloche, des modèles organisationnels sont nécessaires dans l'organisation de la pensée :

il nous faut des modèles pour organiser nos pensées, mais ces modèles ne relèvent pas eux-mêmes de la pensée, ils s'enracinent dans des mouvements, dans des gestes souvent très simples, les plus élémentaires étant souvent les plus prégnants. Et ces gestes élémentaires disposent l'espace, créent une topique de référence sur laquelle pourront s'ébaucher, avec plus ou moins d'efficacité, des concepts et même des théories (Deloche 2001 : 22-23).

C'est à cela que s'astreint l'exposition virtuelle : développer chez un spectateur les réflexes

de visionnement requis par l'exposition pour en retirer une expérience optimale. En 1992, John Howard Falk et Lynn Diane Dierking ont mis en évidence dans leur livre *The Museum Experience* que des attentes prédéfinies des spectateurs et une connaissance mineure des éléments de l'exposition influent sur la visite des spectateurs, leur comportement et leur expérience muséale : « Informed expectations led to a close fit between the visitor's museum agenda and the actual museum experience » (Falk et Dierking 1992 : 37).

Comme dans le cas des expositions physiques dont ils contrôlent le message, les musées utilisent les technologies en fonction des missions qu'ils se donnent, de leur hiérarchie et de la manière dont ils veulent entrer en relation avec un public. Ainsi, ils peuvent adopter diverses approches, parfois même dans une seule exposition virtuelle qui comprend différents styles, ou encore d'une exposition à une autre. Trois modes de relation se distinguent et seront analysés ici, chacun s'adressant ou supposant un certain type de spectateur. En premier lieu, la relation linéaire présente une exposition se basant sur la narration et s'adresse à un utilisateur « assujetti » en ce sens qu'il n'est pas en mesure de contrôler sa visite des œuvres. Puis, la relation transversale présente un récit, lequel suppose un utilisateur « à l'écoute » ne possédant pas le pouvoir de modifier le parcours de l'exposition, mais en mesure d'agir sur son expérience de celle-ci. Finalement, une relation aléatoire suppose une quête de la part d'un spectateur « chercheur », lequel navigue sur Internet à la recherche de ce qui l'intéresse, mais ne vise pas à visiter une exposition et se contente donc d'une visite « ponctuelle ».

### **3.4.1. La relation linéaire : narration et spectateur dépendant ou assujetti**

La relation linéaire se caractérise par le fait que le narrateur de l'exposition impose au spectateur un certain parcours et une vision des œuvres d'art sans le laisser évaluer la possibilité d'autres interprétations. Du point de vue linguistique, le terme linéaire est employé pour « qualifier l'action d'aspect duratif [...] distingué de l'aspect ponctuel », alors que la pédagogie y voit plutôt quelque chose qui « procède par étapes minimales, s'enchaînant les unes aux autres, afin d'éviter toute erreur », une succession d'événements (CNRTL 2011). Dans cette relation, deux principaux éléments ressortent : la nature

narrative du discours expositionnel et le confinement du spectateur dans un rôle prédéterminé, ce qui l'assujettit en quelque sorte, le temps de la visite narrative virtuelle, à la narration. Cette relation est imposée par un mode narratif linéaire fréquent dans l'exposition physique et que l'affirmation suivante d'Élisabeth Caillet exemplifie : « on conçoit les objets patrimoniaux comme des énoncés qui s'adressent à des destinataires » (Caillet 1995 : 40). Bien qu'il ait longtemps été présent dans les expositions physiques, il s'incarne aussi de diverses manières dans l'exposition virtuelle.

Ce mode de relation, visible dans le *Google Art Project*, privilégie une relation unidirectionnelle entre l'institution et l'internaute, ce dernier recevant de l'information, mais n'en créant pas lui-même. Un exemple en est la fonction « slideshow » (diaporama) qui présente les œuvres selon une succession préétablie. Cette dernière est l'occasion pour le musée d'exprimer à la fois une vision de ses œuvres, de l'histoire de l'art et son approche pédagogique. Généralement, comme le démontre Mieke Bal dans son ouvrage, le discours muséal s'établit entre l'institution et la collection, reléguant le visiteur au rang de seconde personne, une approche qui peut aisément être reproduite dans le cas de l'exposition virtuelle. Costis Dallas souligne d'ailleurs que même lorsque le visiteur peut sélectionner un profil, indiquer des informations à son sujet pour ensuite reconstruire une histoire qui l'inclut, l'expérience demeure prédéterminée par le musée et le jeu de rôle se limite à l'adoption d'un comportement et d'un script préétablis (Dallas 2004 : 5). Le *Google Art Project* confirme en effet cette affirmation en suggérant les rôles de collectionneur, d'expert et de créateur aux visiteurs :

Dive into the Look like an Expert section and test your visual acumen or get creative with the DIY projects. Want to learn more? "What's Next" will point you to some of the best art and art history tools on the web. Get started – but don't keep all the fun to yourself. Make your own quizzes, and share your User Galleries and your DIY creations on Google+ (Google Art Project 2012 : Introduction).

A curator builds and cares for a museum's collection. They also conduct research, develop exhibitions, recommend purchases, write catalogue essays, and work with the rest of the museum staff to engage the public. Try on the role of curator by creating an exhibition in the Google Art Project.

First you'll need an engaging theme. It could be simple (Winter) or more complex and conceptual (Good and Evil). It could be historical (Napoleon), topical (The City) or spiritual (demons). Next you'll need to determine the order in which the works of art will be displayed. The order might be chronological or according to sub-themes (Good and Evil in the City, Good and Evil in the Country) (Google Art Project 2012 : DIY).

Tout en affirmant offrir une expérience interactive, le site ne propose en réalité qu'un jeu de rôle et non pas l'établissement d'un dialogue entre le visiteur et ce à quoi il est confronté. Mieke Bal démystifie ce discours muséal construit dont elle soutient qu'il exemplifie une vision du monde et des croyances à son sujet de sorte que l'exposition devient un argument qui expose son constructeur et façonne une signification :

« Something is made public in exposition, and that event involves bringing out into the public domain the deepest held views and beliefs of a subject. Exposition is always also an argument. Therefore, in publicizing these views, the subject objectifies, exposes himself as much as the object; this makes the exposition an exposure of the self. Such exposure is an act of producing meaning, a performance » (Bal 1996 : 2).

Cette idée est aussi évoquée par Tony Bennett qui maintient que l'artéfact, lorsqu'il est placé dans le musée, devient inévitablement un objet rhétorique et que ce sont les présuppositions dérivées d'autres médias qui déterminent quels artéfacts seront exposés dans un musée et comment ils le seront :

The artefact, once placed in a museum, itself becomes, inherently and irretrievably, a rhetorical object. As such, it is just as thickly lacquered with layers of interpretation as any book or film [...] For it is often precisely the presuppositions derived from other media that determine both which artefacts are selected for display in museums and how their arrangement is conceived and organized » (Bennett 2009 : 146).

Cette influence des médias sur la sélection des artéfacts est révélatrice. Il y a un vase communicant établi entre le musée et son extension virtuelle qui pourrait influencer sa contrepartie physique : la popularité d'un thème ou d'un artiste dans le cadre d'une exposition virtuelle pourrait par exemple pousser un musée à organiser une exposition temporaire à son sujet puisqu'un intérêt est déjà évident.

L'objectivation du discours telle que proposée par Bal met en lumière l'idée suivante : quiconque écrit sur l'art, que ce soit dans une exposition au musée ou par un autre

média, n'est pas neutre et s'exécute inévitablement en possession d'une certaine connaissance. Il n'y a finalement pas d'individu neutre ou de public de masse. Cependant, l'idée que le musée exprime la vision d'un individu semble quelque peu problématique : les expositions actuelles sont généralement le résultat du travail de nombreuses personnes et le discours ne peut pas être réduit à celui du commissaire ou du conservateur alors que des départements comme ceux de communication ou d'éducation occupent une position de plus en plus importante en ce qui a trait à la mise en place du contenu expositionnel et à sa présentation. C'est une situation inévitable au musée : toute personne travaillant sur un projet contribue nécessairement à sa configuration. Ainsi, chaque musée qui s'expose sur la plateforme du *Google Art Project* y représente sa mission, son mandat et sa perception du monde de l'art.

L'exposition est le principal moyen de discursivité du musée qui possède une autorité épistémique indéniable, laquelle sous-entend souvent ce que le spectateur doit contempler et la manière dont il doit le faire – dans le cas du *Google Art Project*, de manière passive ou par un jeu de rôle qui ne l'implique qu'indirectement. Il importe de préciser qu'une présentation linéaire des objets n'est pas nécessairement chronologique; le *Google Art Project* ne présente d'ailleurs pas de diaporamas chronologiques. La juxtaposition dans un format uniforme d'expositions muséales en tout ou en partie ne fait pas que réunir des œuvres, elle réunit aussi plusieurs visions différentes de l'art et de son histoire. Reesa Greenberg soutient qu'Internet peut offrir des perspectives historiques entrecroisées, des approches stratifiées et une myriade d'interconnexions permettant l'apparition d'histoires différentes et décentrées remettant en question sérieusement le concept de l'exposition comme point de repère :

Instead of an episodic history, the web and its tools can foster interwoven historical perspectives, layered approaches, and a myriad of interconnections [...] Even if the web functions merely as an online archive recording more information and more exhibitions, there is the real possibility of different and more decentred histories emerging, histories that call the very concept of a landmark exhibition into question (Greenberg 2009).

Roberta Smith considère dans le même ordre d'idées que le *Google Art Project* est un forum où s'expriment des valeurs institutionnelles et artistiques de même que de

nombreuses visions de l'histoire de l'art. Ce faisant, les institutions s'expriment non pas grâce à une scénographie ou une mise en scène internet particulière, mais par le choix des œuvres qu'elles présentent. Ces dernières expriment aussi l'attitude du musée face à l'interface Google même :

The Google Art Project is a forum for institutional self expression and contrasting artistic values and views of history in which the institutions themselves step out of the picture, at least initially. They make their presences felt not from their own little plots of digital real estate with customized, brand-oriented Web designs but within a single and rather plain format, through bodies of artworks that contrast and can be mingled with other bodies of artworks. It is similar to what happens in the human mind.

That these bodies of work tell us as much about the museums' attitudes toward the Google Art Project, as they do about the history of art, is to be expected. Clearly, some of these institutions are not yet committed to the idea of sharing what they have with the world through this new platform; and of course the fact that it's part of the Google empire would give any thinking curator pause. Still, the Google Art Project looks like a big wave of the future. Resistance may be futile, and even now ambivalent participation seems unbecoming (Smith 2012 : C1).

En choisissant les œuvres présentées et les liens qui sont établis entre elles, le musée construit un discours tout autant qu'il le fait dans le cas d'une exposition physique. Par exemple, dans le cas du musée Ayala, toutes les œuvres présentées sont issues du même (collectif d') artiste, le personnel du musée. Les œuvres sont issues de la collection « The Diorama Experience » qui présente l'histoire philippine à travers une série chronologique d'œuvres. La version du *Google Art Project*, elle, est ambiguë : les œuvres sont présentées de manière non chronologique, mais elles sont toujours numérotées (ce qui encourage le visiteur à les visionner selon cet ordre) (voir annexe, figures 26 & 27). Néanmoins, ce n'est qu'une fraction de la collection qui est présentée (et donc de l'histoire racontée), un encouragement à visiter le musée physique, ou du moins le site du musée lui-même. Le placement des œuvres, qui semble basé sur l'esthétique de la page plus que sur une mise en place de narrativité, base le discours sur l'attractivité des œuvres. Le choix de cette collection comme emblématique du musée illustre le mandat qui se veut à la fois historique et artistique. Une narration historique est proposée, bien qu'elle ne soit pas fondée sur une

chronologie historique. C'est aussi l'occasion d'une diffusion de l'histoire philippine. L'importance de chaque évènement historique est exprimée par l'œuvre individuelle plutôt que par une histoire séquentielle, ce qui met en lumière l'évènement en tant que tel. Dans un autre esprit, l'Art Institute de Chicago privilégie plutôt la mise en valeur de la diversité de sa collection, en choisissant des œuvres d'époques et d'origines variées, qui traduisent son mandat encyclopédique (voir annexe, figure 28). Le modèle du diaporama constitue donc un exemple du discours monologique tel que Bal l'explique dans son texte et il place le partenariat Google-musée comme autorité épistémique. L'exposition virtuelle et le musée ont pour but de rejoindre le plus de gens possible pour leur passer un message précis de sorte que le dialogue n'a pas lieu dans l'espace virtuel de l'exposition, mais dans un autre espace qui lui est destiné, celui des médias sociaux.

### **3.4.2. La relation transversale : le dialogue extérieur à l'exposition**

La relation transversale se caractérise par le fait qu'elle crée un espace de dialogue sur le site : il s'agit souvent d'un espace connexe à l'exposition virtuelle. Cet espace est souvent créé avec l'intention d'un dialogue, mais il est fréquent qu'il ne soit pas investi à parts égales entre le musée et son public. Alors que dans l'exposition (virtuelle) c'est l'institution muséale qui domine, dans cet espace transversal la place est principalement occupée par le public en raison du fait que la maintenance du site est à la fois exigeante et coûteuse (il faut y dédier des employés, parfois investir dans la formation, etc.) alors que ce n'est pas la mission première du musée que de dialoguer au sujet de ses contenus avec ses publics. La plupart du temps, le dialogue ne s'établit pas entre l'institution et ses publics, mais entre les visiteurs eux-mêmes : la parole est offerte à chacun et les spectateurs peuvent échanger entre eux en convoquant parfois des sources extérieures.

Ce type de relation exemplifie en quoi plusieurs aspects d'Internet sont utilisés comme extension virtuelle de l'exposition muséale. Michelle Henning soutient que depuis les années 1990, plusieurs musées ont utilisé Internet de diverses manières : parfois pour présenter des projets spéciaux destinés exclusivement à la plateforme Internet qu'ils traitent alors comme une galerie additionnelle; parfois pour établir des liens entre l'espace physique

de la galerie et d'autres espaces ou pour organiser des événements et des performances à l'intérieur ou à l'extérieur de l'espace de la galerie :

Since the late 1990s, many [museums] have been extending their web provision, sometimes showing specially commissioned projects only on the web, and treating their websites as an additional gallery [...] A number of artists and museums and galleries have also used the internet to link the physical space of the gallery to other spaces, or to govern events and performances within and outside the gallery space » (Henning 2007 : 26).

Comme l'exposition virtuelle est souvent utilisée comme extension du musée physique, il en est de même pour différents médias sociaux souvent sollicités pour créer un espace de dialogue *verbal*, en complément de l'espace d'exposition virtuel *imagier*.

Dans le cas du *Google Art Project*, le dialogue se situe surtout dans les plateformes de diffusion de contenu personnel qui sont mises en place ou utilisées. Plusieurs options s'offrent ainsi au visiteur : création d'une galerie personnelle (*YouGallery*, voir annexe, figure 29), création d'une exposition personnelle établissant des liens inattendus entre les œuvres (*Rebus*, voir annexe, figure 30), création d'un récit fictif relatant les événements dépeints dans une œuvre (*The Lens of Now*, voir annexe, figure 31), recréation d'une œuvre par des protagonistes actuels (*Materials Matter*, voir annexe, figure 32)<sup>52</sup>, etc. Toutes ces opportunités créatives sont une manière premièrement, de manipuler la représentation et de se l'approprier et deuxièmement, de s'exprimer à son sujet en rendant les résultats disponibles sur Google+. Ce faisant, il s'agit de diffuser l'expérience que procure le *Google Art Project* par la plateforme sociale de l'entreprise, Google+ : « Get started – but don't keep the fun to yourself. Make your own quizzes, and share your User Galleries and your DIY creations on Google+ » (Google Art Project 2012 : Introduction).<sup>53</sup> En même temps, cette opportunité d'expression qui est offerte aux internautes est aussi une avenue promotionnelle

---

<sup>52</sup> Le principe est le suivant : il faut trouver des protagonistes qui reprendront la pose d'un tableau pour le « recréer »; par exemple, en mai 2011 la chaîne américaine NBC a recréé dans le cadre de sa campagne promotionnelle le tableau *Un dimanche après-midi à la Grande-Jatte* de Georges Seurat avec les acteurs de la série *The Office* (voir annexe, figures 33 & 34).

<sup>53</sup> Dans cette optique de diffusion, peu d'internautes sont conscients de laisser sur Internet de nombreuses informations personnelles qui sont particulièrement sensibles. Ici, *Google* encourage les utilisateurs à faire usage de leur compte personnel dans des plateformes qui sont beaucoup moins sécurisées que celles qu'ils utilisent habituellement (gmail.com par exemple), de sorte qu'ils deviennent des cibles beaucoup plus faciles

intéressante tant pour le *Google Art Project* que pour les musées qui y participent. Avec le *Google Art Project*, Google établit un mode de relation horizontal qui se déploie sur plusieurs plateformes de l'entreprise : diffusion de l'art avec le *Google Art Project*, localisation des institutions avec *Google Maps*, acquisition de connaissances relatives aux contenus avec le moteur de recherche *Google*, émission et discussion au sujet de contenus connexes avec *Google+*.

En parlant de l'exposition physique traditionnelle, Mieke Bal soutient que de mettre de l'avant le « je », l'agent déclaratif qui « parle » le texte, signifie transformer l'interaction entre les représentations visuelle et verbale de manière à en présenter une avec un commentaire sur l'autre. Les actes d'exposition peuvent signaler leur propre discours comme n'étant pas naturel et en démontrer la réelle nature, celle d'un système de signes manifestant un sujet :

Putting forward the "I", the expository agent who is "speaking" this text, means transforming the interaction between visual and verbal representation so as to provide the one with a commentary on the other. The displays can then point at their own discourse as not natural, but as a sign system put forward by a subject (Bal 1996 : 20).

Sans aller jusque-là, les activités créatives offertes par le *Google Art Project* permettent de mettre en évidence la nature subjective de l'exposition en expliquant et recréant les processus de cette dernière pour ensuite exporter les discussions que cela inspire vers les médias sociaux.

### **3.4.3. La relation aléatoire : la quête et l'utilisateur « chercheur »**

Contrairement aux deux modes de relation précédents qui supposent une visite de l'exposition virtuelle en tout ou en partie, la relation aléatoire se fonde sur un rapport ponctuel du spectateur par la représentation de l'œuvre plutôt que par l'exposition dans son ensemble. Ainsi, l'internaute n'arrive pas à l'œuvre par l'exposition, mais par une recherche au sujet de l'œuvre et du musée dont la finalité n'est pas la visite virtuelle, mais un objectif spécifique (de l'information sur une œuvre, des coordonnées, etc.). Le visiteur

est donc en quête d'information et non pas d'une expérience expositionnelle. Plutôt que de se trouver dans un mode de relation linéaire monologique ou dans un espace transversal dialogique, l'internaute est « chercheur » et tente de compléter une quête dont la finalité est la trouvaille d'une information spécifique. Comme le souligne Costis Dallas dans son article « Virtual Art Museum Exhibits on the World Wide Web : A Content and Survey Analysis », lorsqu'il s'agit de la visite Internet, la métaphore de la navigation est récurrente; l'internaute « navigue » sur la toile, adopte de bonnes pratiques de « navigation », utilise le « navigateur » internet (Internet Explorer ou Mozilla Firefox par exemple) :

Two major metaphors are regularly applied to the design of hypermedia applications, such as virtual museum exhibitions: the navigation metaphor, and the book metaphor. The former puts the virtual visitor in the boots of a walker, or wanderer (de Certeau, 1984). Visitors "navigate" in the exhibit, by imaginary footsteps taking the form of selecting links (Dallas 2004 : 2).

L'association s'avère en effet révélatrice. Dans leur *Dictionnaire culturel en langue française*, Danièle Morvan et Alain Rey expliquent bien cette métaphore de la navigation :

[La] navigation fut un laboratoire pour de grandes découvertes scientifiques. C'est par ailleurs une technique qui a mis à contribution de nombreuses disciplines. Les évolutions de la navigation sont intimement liées à celles des civilisations comme aux progrès de la science. À travers les âges, la navigation a provoqué ou répercuté des changements socioculturels et intellectuels considérables [... Les navigations ont été un] moyen d'élargir les limites du monde connu, de développer le commerce, d'améliorer la connaissance géographique, et aussi de coloniser, d'évangéliser, d'émigrer... » (Morvan & Rey 2005 : 906).

C'est finalement par un transfert qu'on a parlé de navigation dans d'autres domaines que le maritime (transport aérien, dans la haute atmosphère et hors de l'atmosphère, etc.) et finalement dans le cas de la visite virtuelle (Morvan & Rey 2005 : 910). Dans tous les cas, la navigation exprime une volonté de maîtriser par la connaissance un espace, fût-il immatériel. De ce point de vue, la connaissance serait un outil de « pouvoir » du spectateur face à la représentation (ou l'œuvre originale dans le cas de sa visite subséquente). Le fait que la flânerie virtuelle multiplie les sources d'information permet au spectateur de confronter les données qu'il recueille parmi l'offre expositionnelle et informationnelle

virtuelles. En acceptant que l'internaute fasse preuve de jugement critique, il peut extraire de l'œuvre une vision personnalisée et peut-être même détachée de la narration institutionnelle qui en est initialement faite.

La visite virtuelle, comme la navigation maritime, implique un objectif initial qui ne sera pas nécessairement atteint; par exemple, les Indes pour Christophe Colomb ou une reproduction avec informations de *Feuilles d'automne* de Yokoyama Taikan (issue du site internet du musée qui la possède, pour plus de crédibilité et de fiabilité) (voir annexe, figure 35). Souvent, cet objectif n'est pas immédiatement atteint en raison des connaissances et des repères que prennent les navigateurs. Bien que le navigateur n'atteigne pas toujours son objectif initial, ses découvertes peuvent être significatives. De même, un internaute ignorant l'existence du *Google Art Project*, découvrira un nouvel élément également intéressant, mais ne répondant pas à sa quête principale (la page du musée).

La cartographie du cyberspace est profondément dépendante du langage qui permet de s'y orienter. Par exemple, un internaute francophone ne sachant pas que l'œuvre appartient à l'Adachi Museum of Art, dont le site est exclusivement en anglais et en japonais, ne trouvera pas ce qu'il cherche puisqu'il doit faire sa recherche dans l'une de ces langues. C'est ainsi que l'entrée sur le *Google Art Project* peut se faire à l'extérieur de la traditionnelle page d'accueil qui en identifie la mission. Consciente de cette réalité, l'entreprise a pris la peine de concevoir ses différentes pages de manière à ce que toutes proposent les fonctionnalités d'une page d'accueil. Lorsque l'arrivée sur le site se fait par une recherche sur une œuvre spécifique, c'est la visite *Street View* qui est mise en évidence; lorsque l'arrivée se fait à partir du site lui-même, l'image en haute définition est favorisée (voir annexe, figures 36 & 37). La visite *Street View* distingue le *Google Art Project* des autres pages sur l'œuvre qui, elles, n'offrent que des reproductions et des plans du musée (même le site du musée lui-même n'offre pas cette option).

L'impossibilité d'avoir une connaissance complète et universelle d'Internet, qui recoupe plusieurs disciplines et en expose plus encore, assure la découverte de la part de l'internaute. De ce fait, un musée qui propose des liens à ses visiteurs virtuels ne peut en aucun cas déterminer ce que ce dernier rencontrera lors de ses visites puisque les sites

internet changent constamment. De site en site, de lien en lien, les contenus auxquels ont accès les visiteurs en prenant pour point de départ une exposition virtuelle sont infinis et impossibles à prédire. Néanmoins, le contenu n'est jamais complètement hasardeux dans la mesure où les liens d'un site à l'autre sont issus d'une relation qui les unit – un autre exemple de la structure qui sous-tend la flânerie virtuelle. Ainsi, l'Internet fonctionne un peu à la manière de la mémoire, connectant ce qui peut être en apparence opposé par des liens qui sont pourtant bien réels, mais pas pour autant logiques.

Dans tous les cas, l'image doit impérativement être traduite par du texte pour exister virtuellement. Une image numérique étant une série de codes mathématiques (associés aux couleurs et aux emplacements par exemple), il est nécessaire pour l'archiver dans Internet qu'un nom, permettant de l'identifier le mieux possible, lui soit assigné. Au-delà de la simple attribution d'un titre, qui, lui, peut être un complément symbolique ou significatif de l'œuvre, l'identification internet doit traduire l'œuvre de la manière la plus succincte et la plus exacte possible, en faire ressortir textuellement les éléments les plus essentiels. L'image se trouve donc traduite de manière successive : en codes mathématiques, en texte, d'une langue à une autre (le code change alors pour donner accès à la page correspondante). Toujours mouvante dans les différentes manières d'y accéder, l'image permet de réunir autour d'elle une multitude de relations à la représentation et au contenu qu'elle soutient.

### **3.5. Conclusion**

En somme, le *Google Art Project* est une opportunité pour les musées de diffuser leurs collections et, du même coup, d'affirmer leur importance dans la communauté mondiale et locale où ils se trouvent. La plateforme de *Google*, par l'insertion d'éléments rappelant le jeu de quête et le désir de la découverte, introduit une forme d'émotivité dans un médium qui demeure autrement quelque peu aride. L'émotivité documentaire, liée à la découverte d'éléments inaccessibles sans la spectacularisation des données visuelles par la démocratisation d'une technologie de pointe, se concilie de manière paradoxale avec un nivellement des images à la notion de donnée qui permet de les rendre manipulables. Ce faisant, il y a à la fois glorification de l'image, dans la découverte émotive, et

désacralisation de celle-ci en tant que simple donnée. Malgré la présence fréquente de la reproduction d'œuvres, c'est le spectateur qui est au centre de l'exposition visuelle, notamment dans les types de relation qu'il lui est proposé d'établir avec elle. Mais, dans les faits, c'est lui le principal objet de convoitise tant de *Google*, toujours en quête de fréquentation assidue, que des musées qui sollicitent l'internaute pour l'attirer chez eux. Dans un renversement intéressant qu'il importe d'approfondir davantage, l'œuvre qui est d'abord et avant tout l'objet de désir du spectateur devient symbole du musée et de son hôte qui, eux, convoitent le spectateur.

# **Conclusion**

## **L'exposition virtuelle et sa diffusion**

L'exposition virtuelle s'inscrit dans un idéal de démocratisation des savoirs artistiques et de promotion de la culture à une époque de consommation massive de l'information, de quelque nature qu'elle soit. Du fait de la diversité des contenus et pratiques informationnels sur Internet, il n'est plus possible de confiner les comportements des internautes à la figure du « chercheur »; il est essentiel de reconnaître l'émergence d'une autre figure dans le cyberpaysage, celle du flâneur. Dans la perspective d'une flânerie virtuelle où l'attention du spectateur est dispersée dans une offre virtuelle grandissante et multiple, il importe pour le musée de la consolider par l'élaboration d'un événement, d'un spectacle.

Contrairement à l'exposition physique qui est fondamentalement linéaire, l'exposition virtuelle se fonde dans la transversalité. Dans la structure même d'Internet se trouve, en raison du langage de la programmation mathématico-informatique, le potentiel de modularité de l'exposition virtuelle : cette dernière se base sur un langage qui se veut d'abord et avant tout flexible afin de permettre une présentation non hiérarchique de données. C'est ce qui donne lieu à une dislocation de l'attention du spectateur qui est constamment sollicité et encouragé à multiplier ses sources d'information dans un souci institutionnel à la fois de démocratisation et de diffusion des savoirs. Il n'est plus question de juxtaposition des œuvres (ou de leurs représentations), mais de coprésence, la narrativité est atténuée au profit du visionnement ponctuel informatif plutôt qu'authentique.

Les musées envisagent d'abord leurs expositions virtuelles comme des stratégies pour attirer les publics vers leurs expositions physiques, ce qui permet à la fois d'auratiser l'original tout en rehaussant la valeur de la reproduction par sa fonction de médiation et d'objet didactique. Souvent, les pratiques expositionnelles physique et virtuelle sont articulées de manière similaire dans un désir de cohérence. C'est autour du rapport qu'établit le spectateur à l'information par la représentation que s'articule la stratégie muséale afin de procurer une expérience émotive et didactique à défaut de sensibilité et

d'authenticité. L'exposition virtuelle est donc fréquemment reléguée, tant par les publics des musées que par les institutions d'exposition elles-mêmes, à un rôle d'outil additionnel de diffusion des savoirs. Dans cette optique, elle relève à la fois de la médiation et du didactisme qui enjoignent pour des raisons de cohérence une continuité narrative (fictive) entre les œuvres, cette dernière devant les mettre en valeur par les liens qui les unissent. L'attention accordée aux rapports établis entre les œuvres distingue l'exposition virtuelle de l'archivage informatif qui cherche avant tout à isoler une œuvre plutôt qu'à formuler son appartenance à une narrativité institutionnelle.

Depuis environ cinq ans, l'offre expositionnelle virtuelle s'est diversifiée et multipliée, notamment dans le domaine des musées d'art. Malgré la disparité des contenus et des approches, une certaine homogénéité caractérise encore l'exposition virtuelle, en particulier en raison de ses fondements numériques : le langage numérique prescrit de nombreuses compétences en informatiques (notamment en termes de programmation, mais aussi de graphisme entre autres) que les institutions muséales possèdent encore peu. C'est la raison pour laquelle elles font souvent appel à des entreprises privées pour réaliser leur site ou engagent du personnel selon des qualifications nouvelles – ce qui met en évidence l'un des défis administratifs des institutions muséales dans les années à venir. Puisque la programmation informatique n'est encore que peu maîtrisée par les musées et les instances expositionnelles, la plateforme virtuelle du musée s'avère souvent reléguée à un rôle strictement didactique s'inscrivant dans sa fonction de *learning center* et sollicitant des habiletés similaires à celles de la mise en place d'un catalogue d'archivage informatif virtuel. Cela n'empêche pas que la fonction documentaire de l'exposition virtuelle est pertinente pour le visiteur : acquisition de connaissances, possibilité de « présélectionner » ce qui l'intéresse. C'est aussi un avantage pour le musée qui peut offrir un contenu documentaire élargi au sujet de ses expositions par un didactisme parfois promotionnel, mais toujours informatif. C'est aussi une opportunité d'investir des espaces qui ne lui étaient auparavant pas aisément accessibles, notamment celui de l'art public.

## ***Art pour tous***

En effet, la multiplicité des lieux de l'art public exige un nouveau matériel informatif qui s'y adapte et permette d'établir une continuité narrative entre les œuvres malgré la disparité de leurs lieux d'expositions. Le virtuel, par sa structure adaptative, permet de multiplier les situations de mise en place de la narrativité expositionnelle. La multitude des lieux physiques est ainsi réunie sous le régime virtuel alors que la complémentarité des volets expositionnels devient lieu de médiation. Cette articulation en complémentarités établit une seule et unique exposition plutôt qu'une exposition « originale » (avec les œuvres) et une exposition virtuelle « dupliquée » (avec les reproductions). C'est ce qu'illustre l'exposition *Art pour tous : les œuvres publiques de l'Université de Montréal s'exposent*.

Au début, lors de l'*acte d'exposition* qui place les œuvres dans leur lieu, la cohésion des œuvres entre elles est issue de leur appartenance à une collection commune. Elles sont insérées en fonction de leurs affinités avec un lieu et de manière ponctuelle. C'est avec ce placement que devront composer les organisateurs d'*Art pour tous*. Ces derniers, lors de la *mise en exposition*, mettent en évidence le statut artistique des œuvres dans la communauté universitaire et montréalaise, notamment par les cartels. L'œuvre est alors vue localement et la continuité entre les artefacts ne relève que du parcours virtuel qui vise à informer les publics. Dès lors, il s'établit une distinction entre le visiteur et le spectateur : le visiteur expérimente l'œuvre dans son immédiateté physique et se situe face à l'œuvre dans sa ponctualité; le spectateur expérimente l'œuvre dans la continuité virtuelle et est confronté à l'exposition dans son ensemble. C'est l'importance accordée au lieu tant dans les volets physique que virtuel qui permet d'instaurer un lien fort entre eux. À raison, les organisateurs d'*Art pour tous* préconisent l'approche documentaire dans leur volet virtuel puisqu'elle permet de laisser sa place à l'œuvre sans que le rôle de substitut ne soit octroyé à la reproduction. Plutôt, c'est le contexte du collectionnement qui est privilégié comme contenu virtuel et documentaire de l'exposition.

## ***Google Art Project***

Le *Google Art Project* récupère cette importance accordée au principe de collectionnement du musée qu'il s'approprie en présentant une « exposition d'expositions » qui suggère sa place de « collectionneur ». Déficient en termes de compétences muséoartistiques, il ne peut fournir par ses propres moyens un contexte narratif « traditionnel » aux œuvres dont il ne connaît pas l'histoire. En conséquence, c'est à juste titre aux musées que revient cette tâche. Le *Google Art Project*, lui, prend le parti de présenter des données plutôt que des informations et isole l'œuvre (sa représentation) dans des formats particulièrement frappants, lesquels permettent d'élucider chez le spectateur une réaction émotionnelle instantanée plutôt qu'une réaction intellectuelle réfléchie.

La présentation spectaculaire et inattendue, en plus d'élucider une réaction émotive proche de l'étonnement, suggère l'exclusivité d'une vue inaccessible au musée et détourne de ce fait la question de la contextualisation à laquelle le projet ne peut pourvoir. L'attention étant portée sur l'individu et sa réaction personnelle, le contexte réel des œuvres est évacué. Mais cette expérience est fortement remise en question par certains observateurs qui y voient une forme d'élitisme puisque ce sont des publics ayant déjà une propension pour l'art qui sont interpellés par des plateformes comme le *Google Art Project*. En effet, la démocratisation du savoir artistique n'est ni nouvelle, ni révolutionnaire et bien qu'Internet la rende plus aisée, le nivellement des contenus muséaux à un format uniforme de données informatives n'implique pas nécessairement l'acquisition de nouveaux publics dans un esprit de démocratisation : la disponibilité n'implique pas un intérêt de la part des publics « cibles » de la démocratisation.

Cette même démocratisation, citée à souhait par Google, doit être analysée de plus près. En vue du fait que Google offre un accès d'abord technologique à ses publics, il s'avère légitime d'affirmer que la première démocratisation qu'opère le *Google Art Project* relève de la technologie. L'œuvre, projetée dans la sphère de la promotion internet qui offre aux objets un statut égalitaire, risque d'être instrumentalisée alors que la démocratisation s'avère technologique plus qu'artistique. C'est sans compter la présentation extrêmement

restrictive et consensuelle de l'histoire de l'art qui est proposée, une histoire de l'art socioéconomique déterminée par les droits d'auteurs, les institutions consentantes et leurs choix promotionnels.

Les musées ne sont plus propriétaires de leur propre espace virtuel et désirent conserver leurs pleins droits sur la majorité de leur potentiel virtuel de sorte qu'ils restreignent souvent leur offre *google* (ce qui donne tout de même accès à la publicité importante que génère la compagnie). L'internet, devenu essentiel à tout musée d'envergure internationale, s'avère un outil de visibilité façonnant et déterminant dorénavant l'institution muséale. Les ressources nécessaires pour y produire un site avec un contenu attrayant sont considérables et le recours aux institutions privées s'avère indispensable. Pourtant, le *Google Art Project* gère des contenus qui ne sont en aucun cas liés à son expertise qui demeure informatique plus qu'artistique. L'institution muséale s'efface alors derrière l'œuvre au profit de la plateforme technologique qui la rend disponible. La visite virtuelle doit en conséquence se plier à des contingences qu'elle ne contrôle pas (technologie, disponibilité des contenus, etc.) de sorte que la qualité de l'expérience n'est plus son principal critère d'évaluation : la démocratisation d'un savoir artistique qui enveloppe l'audace technologique prend le dessus afin que la flânerie virtuelle et la consommation « par hasard » soient disponibles. Cette disponibilité force le spectateur à effectuer un choix émotif ou pédagogique face à une expérience étrange dont l'aspect manipulable est privilégié. La désacralisation de l'image en représentation autorise l'aspect ludique qui lui est adjoint en favorisant sa manipulation : l'image n'est plus témoin de l'histoire, mais agent actif de la réalité virtuelle du spectateur.

Il y a dès lors fragmentation des modes de relation qui se multiplient et s'additionnent. Trois modes principaux se distinguent. La relation linéaire assujettit le spectateur à un rôle prédéterminé qui ne procure qu'une seule interprétation des œuvres et de l'exposition. C'est ainsi qu'un simple jeu de rôle tient lieu d'interactivité sans pour autant offrir quelque possibilité d'action à l'internaute. La relation transversale ouvre quant à elle un espace de dialogue sur le site élargi, mais de manière souvent périphérique à l'exposition virtuelle elle-même : la discussion est exportée vers les médias sociaux. Cet

espace est le lieu des publics qui dialoguent entre eux, mais rarement avec l'institution elle-même. C'est là que s'effectue la manipulation de la représentation et son appropriation par l'internaute qui peut s'exprimer à son sujet, prétexte à un dialogue qui peut lui aussi s'avérer promotionnel. La relation aléatoire, sur le modèle de la quête, offre un rapport ponctuel du spectateur à l'œuvre qui exprime une volonté de maîtriser l'espace (même immatériel) par la connaissance. Ce désir de connaissance, que ce soit de l'œuvre ou du cyberspace, peut alors être point de départ d'une flânerie virtuelle qui permet de « cartographier » un sujet de recherche, au hasard des hyperliens.

Mais en même temps que l'exposition doit inciter à la visite, elle est archivage d'une mise en exposition qui n'est pas immuable et dont il importe de questionner l'évolution. De telles expositions mettent en évidence la présentation arbitraire, raisonnée, narrative et significatrice des œuvres. Leur archivage ne se limite donc pas à présenter des œuvres, il s'agit aussi d'archiver le raisonnement expositionnel qui les entoure, même si ce n'est que partiellement. L'exposition virtuelle est-elle en train de se transformer en musée virtuel des gestes muséaux eux-mêmes, archivant les collections et les mises en scène comme les institutions le font des œuvres? L'exposition virtuelle n'est-elle alors condamnée à n'être qu'une « collection de collections »?

Dans ce cas, est-il pertinent d'y voir plus qu'un simple atout documentaire et publicitaire? Si tel est le cas, les institutions muséales y voient clairement un atout de taille puisqu'elles soumettent de plus en plus leurs contenus au jugement de leurs publics. Le musée crée souvent son extension virtuelle par nécessité, en réponse à des demandes de ses publics. Dans cette optique, le dépassement du statut d'archive médiatrice et ludoéducative est-il envisageable? Est-il même souhaitable dans la mesure où c'est ce que recherchent d'abord et avant tout ces mêmes publics.

C'est sans compter que l'association de musées avec des géants technologiques tels que Google, nécessaire en raison des coûts importants et des retombées publicitaires considérables qu'elle engendre, n'est que peu étudiée. Impliquera-t-elle une sorte de « mécénat publicitaire » alors que l'investissement financier se déplace du collectionnement des œuvres à l'archivage d'un historique expositionnel?

## Bibliographie

AFFLECK, Janice, KALAY, Yehuda & KVAN, Thomas (dirs.) (2008). *New Heritage: New Media and Cultural Heritage*, New York: Routledge, coll. « Heritage Studies / Museum Studies ».

AFFLECK, Janice & KVAN, Thomas (2008). « Memory Capsules : Discursive interpretation of cultural heritage through new media », Janice Affleck, Yehuda Kalay & Thomas Kvan (dirs.) *New Heritage: New Media and Cultural Heritage*, New York: Routledge, coll. « Heritage Studies / Museum Studies ».

ALLARD, Laurence (1999). « Espace public et sociabilité esthétique », *Communications*, no. 68, p. 207-237, [En ligne] *Persée*, [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm\\_0588-8018\\_1999\\_num\\_68\\_1\\_2037](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1999_num_68_1_2037). Consulté le 23 juin 2012.

ART POUR TOUS (2012). *Art pour tous : Les œuvres publiques de l'Université de Montréal s'exposent*, [En ligne], <http://www.artpourtous.umontreal.ca/>. Consulté le 22 juillet 2012.

BAL, Mieke (1996). *Double Exposures. The Subject of Cultural Analysis*, Londres et New York : Routledge.

BALASUBRAMANIAN, Siva K. (1994). « Beyond Advertising and Publicity : Hybrid Messages and Public Policy Issues », *Journal of Advertising*, vol. 23, no. 4 (Décembre), Armonk : M. E. Sharpe, p. 29-46, [En ligne], *JSTOR*, [www.jstor.org/stable/pdfplus/4188949](http://www.jstor.org/stable/pdfplus/4188949). Consulté le 14 février 2012.

BARRÈRE, Anne & MARTUCELLI, Danilo (2005). « La modernité et l'imaginaire de la mobilité : 'inflexion contemporaine », *Cahiers internationaux de sociologie*, no. 118, Paris : Presses Universitaires de France, p. 55-78, [En ligne], *Cairn.info*, [http://www.cairn.info/article.php?ID\\_REVUE=CIS&ID\\_NUMPUBLIE=CIS\\_118&ID\\_ARTICLE=CIS\\_118\\_0055](http://www.cairn.info/article.php?ID_REVUE=CIS&ID_NUMPUBLIE=CIS_118&ID_ARTICLE=CIS_118_0055). Consulté le 22 juillet 2012.

BAUDELAIRE, Charles (2009). *Le peintre de la vie moderne*, Paris : Éditions du Sandre, [1863].

BENJAMIN, Walter (1982). *Paris, capitale du XIXe siècle*, [1939], [En ligne], *Université du Québec à Chicoutimi*, [http://www.rae.com.pt/Caderno\\_wb\\_2010/Benjamin\\_Paris\\_capitale.pdf](http://www.rae.com.pt/Caderno_wb_2010/Benjamin_Paris_capitale.pdf). Consulté le 4 août 2012.

BENJAMIN, Walter (1979), « II : Le Flâneur », *Charles Baudelaire: Un poète lyrique à l'apogée du capitalisme*, traduit de l'allemand par Jean Lacoste, Paris : Petite Bibliothèque Payot, coll. « Critique de la politique », p. 55-98.

BENJAMIN, Walter (1991). « L'œuvre d'art à l'époque de sa reproduction mécanisée », *Écrits français*, Paris: Gallimard, Coll. « Bibliothèque des idées », p. 117-192, [1936].

BENNETT, Tony (2009). *The Birth of the Museum*, Londres et New York : Routledge, Coll. « Culture : Policies and Politics », [1995].

BERNIER, Christine (2002). *L'art au musée. De l'œuvre à l'institution*, Paris : L'Harmattan, Coll. « Esthétiques ».

BERNIER, Christine (2011). « L'art contemporain, Internet et le musée : notes sur l'institution muséale et son pouvoir d'assimilation de la critique », *Hermès*, no. 61, Paris : CNRS éditions, p. 84-89.

BOURASSA, Renée (2010). *Les fictions hypermédiatiques : mondes fictionnels et espaces ludiques – des arts de mémoire au cyberspace*, Montréal : Le Quartanier, coll. « Erres Essais ».

BUIST, Kevin (2011). « Google Art Project and the Uncanny Museum », *Art21 Blog*, 2 février 2011, [En ligne], <http://blog.art21.org/2011/02/02/googles-art-project-and-the-uncanny-museum/>. Consulté le 18 mai 2012.

CAILLET, Élisabeth (1995). *À l'approche du musée, la médiation culturelle*, Coll. Évelyne Lehalle, Lyon : Presses Universitaires de Lyon, Coll. « Muséologies ».

CAMERON, Fiona (dir.) & Sarah Kenderdine (dir.) (2010). *Theorizing Digital Cultural Heritage : A Critical Discourse*, Cambridge: MIT Press, coll. « Media in Transition », [2007].

CHANTEPIE, Philippe & LE DIBERDER, Alain (2010). *Révolution numérique et industries culturelles*, Paris : La Découverte, Coll. « Repères Culture-Communication », [2005].

CHANTOURY-LACOMBE, Florence (2009). « Pierre Granche ou la stratégie de l'intégration », *Art pour tous : les œuvres publiques de l'Université de Montréal s'exposent*, en ligne, <http://www.artpourtous.umontreal.ca>. Consulté le 25 octobre 2010.

COCQUET, Marion (2011). « Les musées du monde à l'épreuve de Google », *Le Point*, [En ligne], [http://www.lepoint.fr/culture/les-musees-du-monde-a-l-epreuve-google-16-02-2011-1296206\\_3.php](http://www.lepoint.fr/culture/les-musees-du-monde-a-l-epreuve-google-16-02-2011-1296206_3.php). Consulté le 18 mai 2012.

CONSEIL INTERNATIONAL DES MUSÉES (ICOM) (2007). « Définition du musée », *La Vision*, [En ligne], <http://icom.museum/qui-sommes-nous/la-vision/definition-du-musee/L/2.html>. Consulté le 4 avril 2012.

CENTRE NATIONAL DE RECHERCHE TEXTUELLE ET LEXICALE (2012). *Portail lexical*, [En ligne], <http://www.cnrtl.fr/definition/>. Consulté le 22 juillet 2012.

COUCHOT, Edmond et HILLAIRES, Norbert (2003). *L'art numérique*, Paris : Flammarion, Coll. « Champs ».

CRARY, Jonathan (2001). *Suspensions of Perception : Attention, Spectacle and Modern Culture*, Cambridge : MIT Press.

DALLAS, Costis (2007) [2004]. « The Presence of Visitors in Virtual Museum Exhibitions », *e-Museology : International Scientific Journal*, no. 4, « Performativity, Interactivity, Virtuality and the Museum », p. 5-18, [En ligne], <http://museology.ct.aegean.gr/articles/2007125111457.pdf>. Consulté le 5 mai 2011.

DAVIS, Ben (2011). « Hype and Hyperreality: Zooming in on Google Art Project », *Artinfo* (10 février 2011), [En ligne], <http://www.artinfo.com/news/story/36950/hype-and-hyperreality-zooming-in-on-google-art-project/>. Consulté le 17 avril 2012.

DAVIS, James (2011). « Art & Artists », Jennifer Trant & David Bearman (éds), *Museums & the Web : Proceedings*, Actes de Colloque « Museums & The Web 2011 » tenu à Philadelphie, 6-9 avril 2011. Toronto : Archives and Museum Informatics, [En ligne], [http://conference.archimuse.com/mw2011/papers/art\\_artists](http://conference.archimuse.com/mw2011/papers/art_artists). Consulté le 25 octobre 2011.

DEBORD, Guy (1992). *La Société du Spectacle*, Paris : Éditions Gallimard [1967], coll. « Folio ».

- DELOCHE, Bernard (2010). *Mythologie du musée*, Paris : Le Cavalier Bleu, Coll. Myth'O.
- DELOCHE, Bernard (2001). *Le musée virtuel*, Paris : Presses Universitaires de France, Coll. « Questions actuelles ».
- MAIRESSE, François (2011). « Muséalisation », *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*, DESVALLÉES, André et MAIRESSE, François (dirs.), Paris : Armand Colin, p. 251-255, [En ligne], [http://www.armand-colin.com/upload/Musealisation\\_F\\_Mairesse.pdf](http://www.armand-colin.com/upload/Musealisation_F_Mairesse.pdf). Consulté le 30 mai 2011.
- FALK, John Howard et DIERKING, Lynn Diane (1992). *The Museum Experience*, Washington D.C. : Whalesback Books.
- FISHER, Jennifer (1989). « Coincidental Re-Collections : Exhibitions of the Self », *Parachute*, no. 54 (printemps), Montréal : ArtData, p. 52-55.
- FISHER, Jennifer (1997). « Relational Sense: Towards a Haptic Aesthetic », *Parachute*, no. 87 (été), Montréal : ArtData, p. 4-11.
- FOUCAULT, Michel (2008). « Introduction », *L'archéologie du savoir*, Paris : Gallimard, Coll. « Tel », [1969], p. 9-29.
- FREUDENHEIM Sascha (2011). « Googly Eyes For Google? », *Sacha*, [En ligne], <http://www.sascha.com/2011/02/01/googly-eyes-for-google/>. Consulté le 5 avril 2012.
- GALERIE LEONARD & BINA ELLEN (2012). *Collectionner : Déclinaison des pratiques*, [En ligne], <http://ellengallery.concordia.ca/collectionner/fr/index.php>. Consulté le 22 juillet 2012.

GERVAIS, Lisa-Marie (2008). « L'art public en baladodiffusion », *Forum hebdomadaire d'information de l'Université de Montréal*, [En ligne], <http://www.nouvelles.umontreal.ca/archives/2007-2008/content/view/1622/230/index.html>. Consulté le 23 juin 2012.

GIGAPAN (2012). « About », *GigaPan*, [En ligne], <http://www.gigapan.com/cms/about-us>. Consulté le 31 mai 2012.

GLICENSTEIN, Jérôme (2009). *L'art : une histoire d'exposition*, Paris : Presses Universitaires de France.

GOOGLE (2010). « What We Do », *About Google*, [En ligne], <http://www.google.ca/intl/en/about/company/products/>. Consulté le 3 novembre 2010.

GOOGLE (2011). « Worldwide », *The 1000 most-visited sites on the web*, <http://www.google.com/adplanner/static/top1000/>. Consulté le 30 juin 2012.

GOOGLE ART PROJECT (2012). *Google Art Project*, [En ligne], <http://www.googleartproject.com/>. Consulté le 25 mars 2011.

GREENBERG, Reesa (2009). « Remembering Exhibitions : From Point to Line to Web », *Tate Papers*, Automne, [En ligne], <http://www.tate.org.uk/research/tateresearch/tatepapers/09autumn/greenberg.shtm>. Consulté le 24 janvier 2010.

HART, Katherine (2011). « Art Project, Powered by Google », *The Charleston Advisor*, vol. 13, no. 2 (octobre), Denver : Charleston Company, p. 16-20, [En ligne], [www.ingentaconnect.com/content/charleston/chadv/2011/00000013/00000002/art00006](http://www.ingentaconnect.com/content/charleston/chadv/2011/00000013/00000002/art00006). Consulté le 1<sup>er</sup> novembre 2011.

HENNING, Michelle (2006). *Museums, Media and Cultural Theory*, Maidenhead : Open University Press, Coll. « Issues in Cultural and Media Studies ».

HENNING, Michelle (2007). « Legibility and Affect : Museums and New Medias », Paul Basu (dir.), *Exhibition Experiments*, Oxford : Wiley-Blackwell Publishing, coll. « New Interventions in Art History », p. 25-46.

HENRY, Carole (2000). « How Visitors Relate to Museum Experiences: An Analysis of Positive and Negative Reactions », *Journal of Aesthetic Education*, vol. 34, no. 2 (Été), p. 99-106, [En ligne], <http://www.jstor.org/stable/3333580>. Consulté le 3 avril 2012.

HOOPER-GREENHILL, Eilean (1992). *Museums and the Shaping of Knowledge*, Londres et New York : Routledge, Coll. « Heritage ».

HUYSSSEN, Andreas (1995). « Escape From Amnesia : The Museum as Mass Medium », *Twilight Memories : Marking Time in a Culture of Amnesia*, New York : Routledge, Taylor & Francis Group.

KULTURARV (2010). *The Museum's Web Users : A User Survey of Museum Websites*, Copenhague : Heritage Agency of Denmark, [En ligne], [http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user\\_upload/kulturarv/publikationer/emneopdelt/museer/Webbrugerrapp.\\_engelsk\\_enkelts\\_1503.pdf](http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/publikationer/emneopdelt/museer/Webbrugerrapp._engelsk_enkelts_1503.pdf). Consulté le 9 septembre 2012.

LAMOUREUX, Johanne (2007). *Profession : Historienne de l'art*, Montréal : Presses de l'Université de Montréal, coll. « Profession ».

LE MAREC, Joëlle (2004). « Les études d'usage des multimédias en milieu culturel : une évolution des questions », *Culture et recherche*, n°102 (juillet-août-septembre), Paris : Ministère de la culture et de la communication, p. 16-17.

MACÉ, Eric (2006). *Les Imaginaires médiatiques. Une sociologie postcritique des médias*, Paris : Éditions Amsterdam.

MANOVICH, Lev (2001). *The Language of New Media*, Cambridge : Massachusetts Institute of Technology Press, coll. « Leonardo ».

MARGINI, Martina (2012). « Wait! Is This Art? », *Projets artistiques pour l'espace public*, Paris : Université Paris 8, [En ligne], *ARPLA*, <http://www.arpla.fr/public/?cat=9>. Consulté le 13 avril 2012.

MATHEY, Aude (2011). *Le musée virtuel : Quel avenir pour la culture numérique?*, Éditions le Manuscrit.

MATHEY, Aude (2011). *Le musée virtuel : Les nouveaux enjeux*, Éditions le Manuscrit.

MINISTÈRE DE LA CULTURE, DE LA COMMUNICATION ET DE LA CONDITION FÉMININE DU QUÉBEC (MCCCF) (2009). *Guide d'application de la Politique d'intégration des arts à l'architecture et à l'environnement des bâtiments et des sites gouvernementaux et publics*, Québec : Service de l'intégration des arts à l'architecture & Direction des relations publiques du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine.

MINISTÈRE DE LA CULTURE, DE LA COMMUNICATION ET DE LA CONDITION FÉMININE DU QUÉBEC (MCCCF) (2012). « Arts visuels, architecture et métiers d'art – Panorama du secteur », *Secteurs d'interventions*, [En ligne], <http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=45>. Consulté le 13 juin 2012.

MORVAN, Danièle et REY, Alain (2005). *Dictionnaire culturel en langue française*, Paris : Dictionnaires le Robert, vol. 1-4.

NORA, Pierre (1974). « Le retour de l'évènement », Jacques Le Goff et Pierre Nora (dir.), *Faire de l'histoire I-Nouveaux problèmes*, Paris : Gallimard, Coll. « Folio/Histoire », p. 285-308.

NYSTROM, Margaret J. (2000). *Virtual Art Museum Exhibits on the World Wide Web: A Content and Survey Analysis*, M.A., Chapel Hill (Caroline du Nord, États-Unis) : Université de la Caroline du Nord, [En ligne], <http://www.ils.unc.edu/MSpapers/2642.pdf>. Consulté le 5 mai 2011.

PANAGIOTOPOULOU, Ionna (2011). *A Rembrandt in Virtually Everyone's Living Room? The Google Art Project and its Promise of a Global and Democratic Art Consumption Experience*, Thèse de doctorat, Rotterdam : Erasmus University, Erasmus School of History, Culture & Communication, [En ligne], <http://oathesis.eur.nl/ir/repub/asset/10596/Panagiotopoulou,%20I.P.pdf>. Consulté le 17 février 2012.

PARRY, Ross (dir.) (2010), *Museums in a Digital Age*, Londres et New York: Routledge, coll. « Leicester Readers in Museum Studies ».

PERL, Jed (2011). « Googled. What the Google Art Project does – and does not – mean for art », *The New Republic*, 16 février 2012, [En ligne], <http://www.tnr.com/article/thepicture/83557/google-art-project-museum>. Consulté le 5 avril 2012.

POMARÈDE, Vincent (2012). « Le Bénédicité », *Notice d'œuvres*, [En ligne], *Musée du Louvre*, <http://www.louvre.fr/oeuvre-notices/le-benedicite>. Consulté le 9 janvier 2012.

PREZIOSI, Donald (2002). « Hearing the Unsaid: Art History, Museology and the Composition of the Self », MANSFIELD, Elizabeth (dir.), *Art History and Its Institutions : Foundations of a Discipline*, Londres & New York : Routledge, p. 28-45.

PROCTOR, Nancy (2011). « The Google Art Project : A New Generation of Museums On the Web? », *Curator : The Museums Journal*, vol. 54, no. 2 (avril), Malden : Wiley Periodicals, [En ligne], <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2151-6952.2011.00083.x/pdf>. Consulté le 25 octobre 2011.

SANDAHL, Jette, et al. (2011). « Taking the Museum to the Streets », Jennifer Trant & David Bearman (dirs.), *Museums and the Web 2011: Proceedings*, Toronto: Archives & Museum Informatics, 31 mars 2011, [En ligne], [http://conference.archimuse.com/mw2011/papers/taking\\_the\\_museum\\_to\\_the\\_streets](http://conference.archimuse.com/mw2011/papers/taking_the_museum_to_the_streets). Consulté le 20 février 2012.

SAUMAREZ-SMITH, Charles (1989). « Museums, Artefacts and Meanings », Peter Vergo (dir.), *The New Museology*, Londres : Reaktion Books.

SMEE, Sebastian (2011). « Google Art Project Is Underwhelming », *The Boston Globe* (10 février 2011), Boston : The New York Times Company, [En ligne], [http://www.boston.com/ae/theater\\_arts/articles/2011/02/10/google\\_art\\_project\\_is\\_underwhelming/?page=1](http://www.boston.com/ae/theater_arts/articles/2011/02/10/google_art_project_is_underwhelming/?page=1). Consulté le 13 avril 2012.

SMITH, Roberta (2012). « An Online Art Collection Grows Out of Infancy », *The New York Times* (11 avril 2012), New York : The New York Times Company, p. C1, [En ligne], <http://www.nytimes.com/2012/04/12/arts/design/google-art-projects-expanded-offerings.html?pagewanted=all>. Consulté le 11 avril 2012.

SOCIÉTÉ DES MUSÉES QUÉBÉCOIS (SMQ) (2011). « Fiche d'un lauréat », *L'observatoire de la Société des musées québécois : Prix*, [En ligne], <http://www.smq.qc.ca/publicsspec/actualites/prix/laureat/index.php?id=13-50-7415>. Consulté le 22 juillet 2012.

SOOD, Amit (2011). « Explore Museums and Great Works of Art in the Google Art Project », *Google Blog* (2 février 2011), [En ligne], <http://googleblog.blogspot.com/2011/02/exploremuseums-and-great-works-ofart.html#links>. Consulté le 5 avril 2012.

SOOKE, Alastair (2011). « The problem with Google's Art Project », *The Telegraph* (1 février 2011), [En ligne], <http://www.telegraph.co.uk/culture/art/art-news/8296251/The-problem-with-Googles-Art-Project.html>. Consulté le 22 juillet 2012.

STANISZEWSKI, Mary Anne (1998). *The Power of Display: A History of Exhibition Installations at the Museum of Modern Art*, Cambridge : MIT Press.

STATISTIQUES CANADA (2011). « Utilisation d'Internet par les individus », *Technologie de l'information et des communications*, [En ligne], <http://www.statcan.gc.ca/tables-tableaux/sum-som/l02/cst01/comm32a-fra.htm>. Consulté le 22 juillet 2012.

TWENTY VOICES (2011). *Twenty Voices*, [en ligne], <http://www.twentyvoices.com/museum.html>. Consulté le 10 janvier 2012.

VOM LEHN, Dirk, HEATH, Christian, et HINDMARSH, Jon (2001) a. « Rethinking interactivity : design for participation in museums and galleries », *Exhibiting Interactions*, [En ligne], *CiteSeerX*, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.100.5448>. Consulté le 11 mai 2011.

VOM LEHN, Dirk, HEATH, Christian, et HINDMARSH, Jon (2001) b. « Exhibiting Interaction: Conduct and Collaboration in Museums and Galleries ». *Symbolic Interaction*, vol. 24, no. 2 (Printemps 2001), Berkeley : University of California Press, p. 189-216, [En ligne], *JStor*, <http://www.jstor.org/stable/10.1525/si.2001.24.2.189>. Consulté le 11 mai 2011.

VOM LEHN, Dirk et HEATH, Christian (2003). « Displacing the Object: Mobile Technologies and Interpretive Resources ». *Proceedings of the International Cultural Heritage Informatics Meeting ICHIM 2003*, Paris : Archives et Museum Informatics Europe, 8-12 septembre 2003, [En ligne], *Archimuse*, <http://www.archimuse.com/publishing/ichim03/088C.pdf>. Consulté le 11 mai 2011.

VOM LEHN, Dirk et HEATH, Christian (2010). « Interactivity and Collaboration : new forms of participation in museums, galleries and science centres », Ross Parry (dir.), *Museums in a Digital Age*, Londres et New York: Routledge, coll. « Leicester Readers in Museum Studies ».

WITCOMB, Andrea (2010). « The Materiality of Virtual Technologies : A New Approach to Thinking about the Impact of Multimedia in Museums », Fiona Cameron & Sarah Kenderdine (dirs.), *Theorizing Digital Cultural Heritage : A Critical Discourse*, Cambridge: MIT Press, coll. « Media in Transition », [2007].

## Images

*Altarpiece of Saint Vincent Street View*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet (Source : Dans Google Art Project. « Altarpiece of Saint Vincent ». *Artworks*. En ligne. <http://www.googleartproject.com/fr/collection/museu-nacional-dart-de-catalunya/artwork/altarpiece-of-saint-vincent-bernat-martorell/559631/museumview/>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*Art Institute of Chicago*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Art Institute of Chicago ». *Collections*. En ligne. <http://www.googleartproject.com/collection/the-art-institute-of-chicago/>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*Art pour tous : Fiche d'œuvre « Micropaysages »*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Art pour tous. « Micropaysages », *Oeuvres*. En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/micro-paysages/index.html>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*Art pour tous : Section « Se promener »*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Art pour tous. « Se promener ». En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/promener/parcours/index.html>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*Art pour tous : Section « Voir »*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Art pour tous. « Voir ». En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/index.html>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*Artistes – Vincent Van Gogh*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Vincent Van Gogh ». *Artists*. En ligne. <http://www.googleartproject.com/artist/vincent-van-gogh/4125032/>. Consulté le 22 juillet.

BRUNI, Umberto. *Histoire de la santé au Québec*, 1958, peinture murale huile sur toile de lin marouflée, 257,9 x 455 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon Jean-Coutu). (Source : Dans Art pour tous. « Histoire de la santé au Québec ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/histoire-sante/index.html>. Consulté le 22 juillet 2012).

BUIST, Kevin. *A redacted painting in MoMA*. 2011, Capture d'écran. (Source : Dans Art21.org. « Google's Art Project and the Uncanny Museum ». *Guest Blog*. En ligne. <http://blog.art21.org/2011/02/02/googles-art-project-and-the-uncanny-museum/>. Consulté le 22 juillet 2012).

CHARDIN, Jean-Baptiste Siméon. *Le Bénédicité*. 1740, huile sur toile, 49 x 38 cm, Paris : Musée du Louvre. (Source : Dans Musée du Louvre. « Le Bénédicité ». *Collections et départements : peinture; peinture française*. En ligne. [http://www.louvre.fr/llv/oeuvres/detail\\_notice.jsp?CONTENT%3C%3Ecnt\\_id=10134198673225125&CURRENT\\_LLVM\\_NOTICE%3C%3Ecnt\\_id=10134198673225125&FOLDER%3C%3Efolder\\_id=9852723696500815](http://www.louvre.fr/llv/oeuvres/detail_notice.jsp?CONTENT%3C%3Ecnt_id=10134198673225125&CURRENT_LLVM_NOTICE%3C%3Ecnt_id=10134198673225125&FOLDER%3C%3Efolder_id=9852723696500815). Consulté le 23 octobre 2008.).

DAOUST, Sylvia. *Édouard Montpetit (1881-1954)*, 1967, sculpture bronze, pierre Indiana et granit de Saint-Alban, 500 x 130 x 130 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon J.-A.-DeSève). (Source : Dans Art pour tous. « Édouard Montpetit ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/edouard-montpetit/index.html>. Consulté le 22 juillet 2012).

DE TONNANCOUR, Jacques G. *Composition géométrique*, 1968, murale formica, aluminium et bois aggloméré, 353 x 994 cm, Montréal, Université de Montréal (Stade d'hiver). (Source : Dans Art pour tous. « Composition géométrique ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/compo-geometrique1/index.html>. Consulté le 22 juillet 2012).

DE VILALLONGA, Jesús Carlos. *Réalité cosmique*, 1964, peinture, huile et papier sur masonite, 244 x 418 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon 3200 rue Jean-Brillant). (Source : Dans Art pour tous. « Réalité cosmique ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/realite-cosmique/index.html>. Consulté le 22 juillet 2012).

*Details – Google Art Project*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Details ». *The Starry Night*. En ligne. <http://www.googleartproject.com/collection/moma-the-museum-of-modern-art/artwork/the-starry-night-vincent-van-gogh/320268/#details>. Consulté le 22 juillet 2012.).

GAGNON, Yechel. *Osmose*, 2006, sculpture contreplaqué, 365,7 x 1219,2 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon Jean-Coutu). (Source : Dans Art pour tous. « Osmose ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/osmose/index.html>. Consulté le 22 juillet 2012).

HALS, Dirck. *La Fête champêtre*. 1627, huile sur toile, 135,7 x 77,6 cm, Amsterdam : Rijksmuseum. (Source : Dans Google Art Project. « La Fête champêtre ». *DIY*. En ligne. <http://www.googleartproject.com/education/DIY/#5>. Consulté le 22 juillet 2012.).

HASTON, Chris. *The Office à la Georges Seurat's « Sunday Afternoon »*. 2011, photographie, dimensions variables (fond d'écran), (Source : En ligne. <http://www.officetally.com/new-cast-graphic-of-the-office/3>. Consulté le 7 juillet 2012.).

LANTIER, Jean. *Micropaysages*, 2006, sculpture granit et aluminium, 104 x 215 x 215 cm et 156 x 215 x 215 cm, Montréal, Université de Montréal (Pavillon Jean-Coutu). (Source : Dans Art pour tous. « Micropaysages ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/micro-paysages/index.html>. Consulté le 22 juillet 2012).

LÉONARD BROUILLET, Karine. *Absence – Réalité cosmique*, 2012, photographie numérique, Montréal : Université de Montréal.

LÉONARD BROUILLET, Karine, *Mise en valeur – Le Jardin des Hespérides*, 2012, photographie numérique, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon André-Aisenstadt).

*Materials Matter*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Materials Matter ». *DIY*. En ligne. <http://www.googleartproject.com/education/DIY/#5>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*MoMA – Page de présentation*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « MoMA ». *Collections*. En ligne. <http://www.googleartproject.com/collection/moma-the-museum-of-modern-art/#two-row>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*Musée Ayala*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Ayala Museum ». *Collections*. En ligne. <http://www.googleartproject.com/collection/ayala-museum/>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*Musée Ayala avec vignette*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Ayala Museum ». *Collections*. En ligne. <http://www.googleartproject.com/collection/ayala-museum/>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*No Woman, No Cry – Détail*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « No Woman, No Cry ». *Artworks*. En ligne. <<http://www.googleartproject.com/collection/tate-britain/artwork/no-woman-no-cry-chris-ofili/324317/#details>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*Œuvres – Page de présentation*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Artworks ». En ligne. <http://www.googleartproject.com/artworks/>. Consulté le 22 juillet 2012.).

OFILI, Chris. *No Woman, No Cry*. 1998, multimédia sur toile, 182,8 x 243,8 cm, Londres : Tate Britain. (Source : Dans Google Art project. « No Woman, No Cry ». *Artworks*. En ligne. <http://www.googleartproject.com/collection/tate-britain/artwork/no-woman-no-cry-chris-ofili/324317/#details>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*Page d'accueil Google Art Project*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. En ligne. <http://www.googleartproject.com/>. Consulté le 22 juillet 2012.).

POISSANT, Gilbert. *Touchez Touché!*, 2006, sculpture porcelaine industrielle et artisanale et aluminium, diptyque, 275 x 345 cm chaque, Saint-Hyacinthe: Université de Montréal, (1500, rue des Vétérinaires). (Source : Dans Art pour tous. « Touchez Touché! ». *Voir : Œuvres*. En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/touchez-touche/index.html>. Consulté le 22 juillet 2012).

PURDY, Richard. *Le Jardin des Hespérides*, 1994, sculpture bronze, granit, béton et brique, 277 x 122 x 122 cm et 214 x 85 x 85 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon André-Aisenstadt). (Source : Dans Art pour tous. « Le Jardin des Hespérides ». *Voir : Œuvres*. En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/hesperides/>

index.html. Consulté le 22 juillet 2012).

*Rebus*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Rebus ». *DIY*. En ligne. <http://www.googleartproject.com/collection/museo-reina-sofia/artwork/guitar-and-newspaper-juan-gris/320505/>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*Recherche Google « Google Art Project »*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google. « Google Art Project ». *Images*. En ligne. [http://www.google.ca/search?sugexp=chrome,mod%3D19&q=Google+Art+Project&um=1&ie=UTF-8&hl=fr&tbm=isch&source=og&sa=N&tab=wi&ei=imEMUNSCApO50QG2rdXmAaw&biw=1261&bih=653&sei=tWEMUMbYHu\\_I0AGW7-DMAw](http://www.google.ca/search?sugexp=chrome,mod%3D19&q=Google+Art+Project&um=1&ie=UTF-8&hl=fr&tbm=isch&source=og&sa=N&tab=wi&ei=imEMUNSCApO50QG2rdXmAaw&biw=1261&bih=653&sei=tWEMUMbYHu_I0AGW7-DMAw). Consulté le 22 juillet 2012.).

ROUSSIL, Robert. *Sans Titre*, 1985, sculpture béton, 591 x 472 x 245 cm, Montréal, Université de Montréal (Pavillon Claire-McNicoll). (Source : Dans Art pour tous. « Sans Titre ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/sans-titre5/index.html>. Consulté le 22 juillet 2012).

SEURAT, Georges. *Un Dimanche après-midi à la Grande-Jatte*. 1884, huile sur toile, 207,5 x 308,1 cm, Chicago : Art Institute of Chicago. (Source : Dans Art Institute of Chicago. « A Sunday on La Grande Jatte – 1884 ». *Collections : About This Artwork*. En ligne. <http://www.artic.edu/aic/collections/artwork/27992>. Consulté le 7 juillet 2012.).

SIMARD-LAFLAMME, Carole. *Trapèze*, 1982, sculpture fibres naturelles, synthétiques et métal, 213 x 654 cm, Montréal, Université de Montréal (CEPSUM). (Source : Dans Art pour tous. « Trapèze ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/trapeze/index.html>. Consulté le 22 juillet 2012).

TAIKAN, Yokoyama. *Feuilles d'automne*. 1931, couleur sur papier, 361 x 363,3 cm, Tokyo : Musée Adachi. (Source : Musée Adachi. « Autumn Leaves ». *Yokoyama Taikan*. En ligne. [http://www.adachi-museum.or.jp/e/c\\_taikan.html](http://www.adachi-museum.or.jp/e/c_taikan.html). Consulté le 22 juillet 2012.).

VAN GOGH, Vincent. *La Chambre de l'artiste*. 1888, huile sur toile, 72 x 90 cm, Amsterdam : Musée Van Gogh. (Source : Dans Musée Van Gogh. « The Bedroom, 1888». *Permanent Collection*. En ligne. <http://www.vangoghmuseum.nl/vgm/index.jsp?page=2796&collection=623&lang=en>. Consulté le 22 juillet 2012.).

*You Gallery*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « User Galleries ». En ligne. <http://www.googleartproject.com/galleries/>. Consulté le 22 juillet 2012.).

## **Annexe : figures**

**Figure 1** : Jean-Baptiste Siméon Chardin. *Le Bénédicité*. 1740, huile sur toile, 49 x 38 cm, Paris : Musée du Louvre. (Source : Dans Musée du Louvre. « Le Bénédicité ». *Collections et départements : peinture; peinture française*. En ligne. <[http://www.louvre.fr/llv/oeuvres/detail\\_notice.jsp?CONTENT%3C%3Ecnt\\_id=10134198673225125&CURRENT\\_LL\\_V\\_NOTICE%3C%3Ecnt\\_id=10134198673225125&FOLDER%3C%3Efolder\\_id=9852723696500815](http://www.louvre.fr/llv/oeuvres/detail_notice.jsp?CONTENT%3C%3Ecnt_id=10134198673225125&CURRENT_LL_V_NOTICE%3C%3Ecnt_id=10134198673225125&FOLDER%3C%3Efolder_id=9852723696500815)>. Consulté le 23 octobre 2008.).

**Figure 2 :** *Recherche Google « Google Art Project »*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google. « Google Art Project ». *Images*. En ligne. <[http://www.google.ca/search?sugexp=chrome,mod%3D19&q=Google+Art+Project&um=1&ie=UTF-8&hl=fr&tbm=isch&source=og&sa=N&tab=wi&ei=imEMUNSCApO50QG2rdXmAw&biw=1261&bih=653&sei=tWEMUMbYHu\\_I0AGW7-DMAw](http://www.google.ca/search?sugexp=chrome,mod%3D19&q=Google+Art+Project&um=1&ie=UTF-8&hl=fr&tbm=isch&source=og&sa=N&tab=wi&ei=imEMUNSCApO50QG2rdXmAw&biw=1261&bih=653&sei=tWEMUMbYHu_I0AGW7-DMAw)>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 3 :** *Art pour tous : Section « Voir »*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Art pour tous. « Voir ». En ligne. <<http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/index.html>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 4 :** *Art pour tous : Section « Se promener »*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Art pour tous. «Se promener». En ligne. <<http://www.artpourtous.umontreal.ca/promener/parcours/index.html>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 5 :** *Art pour tous : Fiche d'œuvre « Micropaysages »*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Art pour tous. « Micropaysages », *Oeuvres*. En ligne. <<http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/micro-paysages/index.html>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 6** : Gilbert Poissant, *Touchez Touché!*, 2006, sculpture porcelaine industrielle et artisanale et aluminium, diptyque, 275 x 345 cm chaque, Saint-Hyacinthe: Université de Montréal, (1500, rue des Vétérinaires). (Source : Dans Art pour tous. « Touchez Touché! ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. < <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/touchez-touche/index.html>>. Consulté le 22 juillet 2012).

**Figure 7 :** Robert Roussil, *Sans Titre*, 1985, sculpture béton, 591 x 472 x 245 cm, Montréal, Université de Montréal (Pavillon Claire-McNicoll). (Source : Dans Art pour tous. « Sans Titre ». Voir : *Oeuvres*. En ligne. <<http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/sans-titre5/index.html>>. Consulté le 22 juillet 2012).

**Figure 8 :** Jacques G. de Tonnancour, *Composition géométrique*, 1968, murale formica, aluminium et bois aggloméré, 353 x 994 cm, Montréal, Université de Montréal (Stade d'hiver). (Source : Dans Art pour tous. « Composition géométrique ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/compo-geometrique1/index.html>). Consulté le 22 juillet 2012).

**Figure 9 :** Carole Simard-LaFlamme, *Trapèze*, 1982, sculpture fibres naturelles, synthétiques et métal, 213 x 654 cm, Montréal, Université de Montréal (CEPSUM). (Source : Dans Art pour tous. «Trapèze». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <<http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/trapeze/index.html>>. Consulté le 22 juillet 2012).

**Figure 10 :** Karine Léonard Brouillet, *Mise en valeur – Le Jardin des Hespérides*, 2012, photographie numérique, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon André-Aisenstadt)

**Figure 11 :** Jesús Carlos de Vilallonga, *Réalité cosmique*, 1964, peinture, huile et papier sur masonite, 244 x 418 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon 3200 rue Jean-Brillant). (Source : Dans Art pour tous. « Réalité cosmique ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <<http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/realite-cosmique/index.html>>. Consulté le 22 juillet 2012).

**Figure 12 :** Karine Léonard Brouillet, *Absence – Réalité cosmique*, 2012, photographie numérique, Montréal : Université de Montréal.

**Figure 13 :** Richard Purdy, *Le Jardin des Hespérides*, 1994, sculpture bronze, granit, béton et brique, 277 x 122 x 122 cm et 214 x 85 x 85 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon André-Aisenstadt). (Source : Dans Art pour tous. « Le Jardin des Hespérides ». Voir : *Oeuvres*. En ligne. <<http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/hesperides/index.html>>. Consulté le 22 juillet 2012).

**Figure 14 :** Sylvia Daoust, *Édouard Montpetit (1881-1954)*, 1967, sculpture bronze, pierre Indiana et granit de Saint-Alban, 500 x 130 x 130 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon J.-A.-DeSève). (Source : Dans Art pour tous. « Édouard Montpetit ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <<http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/edouard-montpetit/index.html>>. Consulté le 22 juillet 2012)

**Figure 15 :** Yechel Gagnon, *Osmose*, 2006, sculpture contreplaqué, 365,7 x 1219,2 cm, Montréal : Université de Montréal, (Pavillon Jean-Coutu). (Source : Dans Art pour tous. « Osmose ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <<http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/osmose/index.html>>. Consulté le 22 juillet 2012).

**Figure 16 :** Umberto Bruni, *Histoire de la santé au Québec*, 1958, peinture murale huile sur toile de lin marouflée, 257,9 x 455 cm , Montréal : Université de Montréal, (Pavillon Jean-Coutu). (Source : Dans Art pour tous. « Histoire de la santé au Québec ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <<http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/histoire-sante/index.html>>. Consulté le 22 juillet 2012)

**Figure 17 :** Jean Lantier, *Micropaysages*, 2006, sculpture granit et aluminium, 104 x 215 x 215 cm et 156 x 215 x 215 cm, Montréal, Université de Montréal (Pavillon Jean-Coutu). (Source : Dans Art pour tous. « Micropaysages ». *Voir : Oeuvres*. En ligne. <<http://www.artpourtous.umontreal.ca/voir/oeuvres/micro-paysages/index.html>>. Consulté le 22 juillet 2012).

**Figure 18 :** *Details* – *Google Art Project*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Details ». *The Starry Night*. En ligne. <<http://www.googleartproject.com/collection/moma-the-museum-of-modern-art/artwork/the-starry-night-vincent-van-gogh/320268/#details>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

La section magnifiée dans le *Google Art Project* est entourée d'un cercle rouge :

**Figure 19 :** Chris Ofili. *No Woman, No Cry*. 1998, multimédia sur toile, 182,8 x 243,8 cm, Londres : Tate Britain. (Source : Dans Google Art project. « No Woman, No Cry ». *Artworks*. En ligne. <<http://www.googleartproject.com/collection/tate-britain/artwork/no-woman-no-cry-chris-ofili/324317/#details>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 20 :** *No Woman, No Cry – Détail*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « No Woman, No Cry ». *Artworks*. En ligne. <<http://www.googleartproject.com/collection/tate-britain/artwork/no-woman-no-cry-chris-ofili/324317/#details>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 21 :** Vincent Van Gogh. *La Chambre de l'artiste*. 1888, huile sur toile, 72 x 90 cm, Amsterdam : Musée Van Gogh. (Source : Dans Musée Van Gogh. « The Bedroom, 1888». *Permanent Collection*. En ligne. <<http://www.vangoghmuseum.nl/vgm/index.jsp?page=2796&collection=623&lang=en>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 22 :** Kevin Buist. *A redacted painting in MoMA*. 2011, capture d'écran. (Source : Dans Art21.org. « Google's Art Project and the Uncanny Museum ». *Guest Blog*. En ligne. <<http://blog.art21.org/2011/02/02/googles-art-project-and-the-uncanny-museum/>>. Consulté le 22 juillet 2012).

**Figure 23 :** *MoMA – Page de présentation*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « MoMA ». *Collections*. En ligne. <<http://www.googleartproject.com/collection/moma-the-museum-of-modern-art/#two-row>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 24 :** *Artistes – Vincent Van Gogh*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Vincent Van Gogh ». *Artists*. En ligne.

**Figure 25 :** *Œuvres – Page de présentation*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Artworks ». En ligne. <<http://www.googleartproject.com/artworks/>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 26 :** *Musée Ayala*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Ayala Museum ». *Collections*. En ligne. <<http://www.googleartproject.com/collection/ayala-museum/>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 27 :** *Musée Ayala avec vignette*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Ayala Museum ». *Collections*. En ligne. <<http://www.googleartproject.com/collection/ayala-museum/>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 28 :** *Art Institute of Chicago*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Art Institute of Chicago ». *Collections*. En ligne. <<http://www.googleartproject.com/collection/the-art-institute-of-chicago/>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 29 :** *You Gallery*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « User Galleries ». En ligne. <<http://www.googleartproject.com/galleries/>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 30 :** *Rebus*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Rebus ». *DIY*. En ligne. < <http://www.googleartproject.com/collection/museo-reina-sofia/artwork/guitar-and-newspaper-juan-gris/320505/>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 31 :** Dirck Hals. *La Fête champêtre*. 1627, huile sur toile, 135,7 x 77,6 cm, Amsterdam : Rijksmuseum. (Source : Dans Google Art Project. « La Fête champêtre ». *DIY*. En ligne. <<http://www.googleartproject.com/education/DIY/#5>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 32** : *Materials Matter*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet.  
(Source : Dans Google Art Project. « Materials Matter ». *DIY*. En ligne.

**Figure 33** : Georges Seurat. *Un Dimanche après-midi à la Grande-Jatte*. 1884, huile sur toile, 207,5 x 308,1 cm, Chicago : Art Institute of Chicago. (Source : Dans Art Institute of Chicago. « A Sunday on La Grande Jatte – 1884 ». *Collections : About This Artwork*. En ligne. <<http://www.artic.edu/aic/collections/artwork/27992>>. Consulté le 7 juillet 2012.).

**Figure 34 :** Chris Haston. *The Office* à la Georges Seurat' s « *Sunday Afternoon* ». 2011, photographie, dimensions variables (fond d'écran), (Source : En ligne. <<http://www.officetally.com/new-cast-graphic-of-the-office/3>>. Consulté le 7 juillet 2012.).

**Figure 35 :** Yokoyama Taikan. *Feuilles d'automne*. 1931, couleur sur papier, 361 x 363,3 cm, Tokyo : Musée Adachi. (Source : Musée Adachi. « Autumn Leaves ». *Yokoyama Taikan*. En ligne. <[http://www.adachi-museum.or.jp/e/c\\_taikan.html](http://www.adachi-museum.or.jp/e/c_taikan.html)>. Consulté le 22 juillet 2012.).

**Figure 36 :** *Altarpiece of Saint Vincent Street View*. 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. « Altarpiece of Saint Vincent ». *Artworks*. En ligne. <<http://www.googleartproject.com/fr/collection/museu-nacional-dart-de-catalunya/artwork/>>. Consulté le 22 juillet 2012).

**Figure 37 :** *Page d'accueil Google Art Project.* 2012, capture d'écran par Karine Léonard Brouillet. (Source : Dans Google Art Project. En ligne. <<http://www.googleartproject.com/>>. Consulté le 22 juillet 2012.).

## **Annexe : plans**

### ***Plan Art pour tous***

**Plan *Google Art Project***