

---

Maud PÉLISSIER et Nicolas PÉLISSIER (dir.) (2018),  
*Métamorphoses numériques. Art, culture et  
communication* Paris, L'Harmattan, Coll.  
« Communication et civilisation »

Frédéric Aubrun

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/communication/10458>

ISBN : 978-2-921383-90-5

ISSN : 1920-7344

**Éditeur**

Université Laval

**Référence électronique**

Frédéric Aubrun, « Maud PÉLISSIER et Nicolas PÉLISSIER (dir.) (2018), *Métamorphoses numériques. Art, culture et communication* Paris, L'Harmattan, Coll. « Communication et civilisation » », *Communication* [En ligne], Vol. 36/2 | 2019, mis en ligne le 15 juillet 2019, consulté le 22 juillet 2019.  
URL : <http://journals.openedition.org/communication/10458>

---

Ce document a été généré automatiquement le 22 juillet 2019.



Les contenus de la revue *Communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence  
Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

---

Maud PÉLISSIER et Nicolas  
PÉLISSIER (dir.) (2018),  
*Métamorphoses numériques. Art,  
culture et communication* Paris,  
L'Harmattan, Coll. « Communication  
et civilisation »

Frédéric Aubrun

---

## RÉFÉRENCE

Maud PÉLISSIER et Nicolas PÉLISSIER (dir.) (2018), *Métamorphoses numériques. Art, culture et communication*, Paris, L'Harmattan, Coll. « Communication et civilisation »

- 1 L'ouvrage collectif dirigé par Maud Péliissier et Nicolas Péliissier propose de nombreux points de vue sur les processus créatifs à l'aune de l'interdisciplinarité. Plus précisément, il permet de poursuivre le dialogue interdisciplinaire déjà entamé dans le milieu académique au sujet de la création artistique, notamment au sein des agences d'évaluation comme le HCERES qui « se cherchent de nouveaux référentiels d'évaluation capables de produire des nomenclatures appropriées pour jauger une activité de création de plus en plus entrecroisée avec la recherche académique » (p. 8), selon Frédéric Gimello-Mesplomb, professeur de sciences de l'information et de la communication à l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, auteur de la préface de l'ouvrage. Si l'ambition épistémologique est clairement posée en préambule de l'ouvrage, on peut regretter que l'hétérogénéité des approches pour réfléchir aux métamorphoses numériques à travers les concepts d'art, de culture et de communication se limite aux travaux conduits au sein du réseau CREAMED (CREAtion en MEDiterranée). Cela étant dit,

le recueil d'articles répond bien à l'objectif de départ, notamment fixé dans la ligne éditoriale de ladite collection dirigée par le coauteur de l'ouvrage, en privilégiant toujours une vision interdisciplinaire de la communication culturelle, jamais cloisonnée à une approche spécifique. « Il s'agit notamment de mieux articuler, en termes de convergences ou de divergences, les interrogations sur la création, la médiation et la réception afin d'appréhender les mutations de ces dispositifs » (p. 11).

- 2 Les différentes contributions dans cet ouvrage sont organisées autour de quatre axes de recherche. Le premier, intitulé *CULTE* (CULTures, arts et patrimoine pour le développement durable des TERRitoires), interroge les effets de la numérisation sur les perspectives de création, de diffusion et de médiation. En reconsidérant l'approche communicationnelle de la culture, traditionnellement portée sur des objets situés entre l'*institué* et les dispositifs, la première partie de l'ouvrage apporte un éclairage nouveau en réfléchissant aux processus d'irrigation numérique qui transforment de toutes parts le « processus communicationnel » tels que la reproductibilité industrielle des œuvres d'art transformant le musée en média ou les processus d'« artification » du *street art* et de la mode.
- 3 Le deuxième axe, baptisé *NERF* (Nouvelles Écritures du Réel et de la Fiction), se propose d'analyser des phénomènes de convergence technologique et médiatique à travers l'étude d'objets médiatico-culturels (webdocs, BD reportage, webséries, etc.). Cette partie s'ouvre sur des processus communicationnels alternatifs, qui invitent à redéfinir certaines frontières, que ce soit entre créateurs et médiateurs pour le journalisme « de création », le lien d'usage et d'expérience dans la médiation culturelle en muséologie ou encore entre l'information et la « communication musicale ». Le numérique est ici envisagé comme un cadre primaire analytique au sens goffmanien, offrant un terrain fertile de création et de médiation.
- 4 Le troisième axe, dénommé *ACT* (Art, Création, Technologie), pose la question des relations entre sciences de l'information et de la communication et création artistique au moment où les écoles d'art interrogent la place de la recherche en arts pour leur troisième cycle. À ce sujet, nous saluons les récentes prises d'initiative scientifique effectuées dans le domaine de la recherche en arts, comme la revue internationale de recherche en design *Sciences du Design*, fondée en 2015 par Stéphane Vial et Alain Findeli. Cet exemple, symptomatique de l'ère hypermoderne selon Gilles Lipovetsky et Jean Serroy (2013), montre que dans le champ des sciences du design, tout comme dans celui des sciences de l'information et de la communication, nous nous situons à un carrefour épistémologique inédit qui ne sépare plus la théorie et la pratique. Les mondes pratique et scientifique sont en pleine synergie. Pour reprendre les termes d'Helga, Nowotny, Peter Scott et Michael Gibbons, nous avons affaire à une science et à une société de mode 2, à savoir un mode multidisciplinaire — pour ne pas dire interdisciplinaire — qui « se développe en dehors du strict cadre des universités » (2003 : 6). Dans cette partie de l'ouvrage, les contributions proposent un éclairage complémentaire sur les questions de l'art et de la création, en donnant la parole à l'artiste dans un processus réflexif, l'amenant à interroger sa propre pratique au regard des dispositifs d'interaction numériques rencontrés.
- 5 Enfin, le quatrième axe, intitulé *FHB* (Frontières de l'Humain et Biotechnologies), aborde la question plus philosophique de la communication humaine et de la cognition, au moment où les frontières traditionnelles entre l'homme et la technique deviennent poreuses. Dans cette dernière partie à dimension prospective, l'enjeu est de réfléchir aux

nouvelles façons de penser la communication (interpersonnelle, médiatique) en intégrant le facteur technologique sans tomber dans l'écueil du déterminisme technique auquel font souvent face les sciences de l'information et de la communication.

- 6 En somme, c'est bien la pensée hypermoderne qui traverse l'ensemble des contributions de l'ouvrage, telle qu'avancée par Lipovetsky et Serroy (*op. cit.*) pour décrire l'esthétisation du monde à l'âge du capitalisme artiste. Celle-ci se distingue par sa façon complexe d'aborder la société en dépassant l'antagonisme traditionnel entre les Anciens et les Modernes pour poser les jalons d'une seconde modernité, ou « modernité réflexive » dans le sens d'Ulrich Beck (2001), et caractérisée entre autres par une logique duale qui rend toute chose ambivalente. Dans un contexte dit hypermoderne, les sphères industrielle et culturelle doivent être envisagées non pas de manière dichotomique, mais plutôt de façon interdépendante : « [...] nous sommes au moment où les systèmes de production, de distribution et de consommation sont imprégnés, pénétrés, remodelés par des opérations de nature fondamentalement esthétique », expliquent les auteurs, avançant par-là l'idée d'une « esthétisation de l'économie » (Lipovetsky et Serroy, *op. cit.* : 11-12).

---

## BIBLIOGRAPHIE

BECK, Ulrich (2001), *La société du risque : sur la voie d'une autre modernité*, Paris, Aubier.

LIPOVETSKY, Gilles et Jean SERROY (2013), *L'esthétisation du monde : vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Paris, Gallimard.

NOWOTNY, Helga, Peter SCOTT et Michael GIBBONS (2003), *Repenser la science*, Paris, Belin.

## AUTEURS

### FRÉDÉRIC AUBRUN

Frédéric Aubrun est docteur en sciences de l'information et de la communication et membre associé du centre de recherche MARGE (Axe 1 : Texte, images et médias), Université Lyon 3.

Courriel : aubrunf@gmail.com