

Publictionnaire

Dictionnaire encyclopédique et critique des Publics

Curation

Anne Piponnier

Référence électronique

Anne Piponnier, Curation. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 20 Septembre 2015. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/curation/>

Le Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics est un dictionnaire collaboratif en ligne sous la responsabilité du Centre de recherche sur les médiations (Crem, Université de Lorraine) ayant pour ambition de clarifier la terminologie et le profit heuristique des concepts relatifs à la notion de public et aux méthodes d'analyse des publics pour en proposer une cartographie critique et encyclopédique.

Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr>

Cette notice est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification 3.0 France. Pour voir une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-ncnd/3.0/fr/> ou écrivez à Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



Curation

D'usage relativement récent, du moins dans l'espace francophone où il était jusqu'alors réservé au domaine médical, le mot *curation* fait florès dans les domaines de l'art et des pratiques numériques où il réactive, de manière à la fois massive et spécifique, la question de la médiation comme figure sociale, technique et symbolique (Davallon, 2000). Reprenant l'acception en usage dans la langue anglaise, la curation désigne l'activité par laquelle des œuvres de création, des contenus, des informations de toutes sortes vont faire l'objet d'un soin particulier pour être portés à l'attention de publics diversement identifiés et ciblés.

Dès lors, se pose la question de la fortune de ce terme désormais préféré à celui de médiation, dans le champ de la gestion de l'information numérique, d'une part, et dans celui des pratiques muséales, d'autre part. Que dit ce travail de substitution progressive sur la façon de penser le rapport au(x) public(s) dans des domaines dont la spécialité est précisément de mettre en relation, aussi bien des textes, documents avec leurs usagers, que des objets artistiques, œuvres avec leur(s) public(s) ? Quel sens faut-il donner à ce terme qui circule des discours officiels et des lieux de l'institution (culturelle) aux prises de parole professionnelle ou amatrice dans l'environnement numérique ? Quels nouveaux rapports au public le terme prétend-il qualifier et quels en sont les ressorts technique, économique, ou encore esthétique ?

Une réintroduction récente dans la langue française

D'origine médiévale, le mot *curation* (*curasion* au XIII^e siècle) est, selon le *Dictionnaire historique de la langue française*, « emprunté au latin *curatio* traitement d'une maladie (dérivé de *curare*), également au figuré à basse époque » (Rey, 2012 : 933). Subissant la concurrence de *cure*, mot porteur du sens général de soin, souci, mais aussi de direction spirituelle, le terme *curation* ne perdurera dans la langue française jusqu'à nos jours que dans la langue médicale pour désigner, selon le *Littré*, « l'ensemble des moyens employés pour obtenir la guérison d'une maladie ». En revanche, dans la langue anglaise, le terme *curation* a conservé le double sens de soin et de direction spirituelle, auquel le monde institutionnel de l'art va donner une impulsion au XX^e siècle pour nommer le travail, effectué par un *curator*, de supervision d'une collection d'objets conservés ou exposés. Sous cette appellation (curateur en français), se profile la volonté de promouvoir une profession dont il s'agit d'affirmer la double mission de conservation et de valorisation des œuvres, des objets et des espaces dont elle a la charge. Avec l'arrivée de l'internet et des technologies numériques du web 2.0 à l'orée du XXI^e siècle, l'acception anglo-saxonne se déploie dans un autre registre : par curation, sont désignées les activités de gestion et de hiérarchisation des contenus disponibles sur la toile en vue de faciliter leur accès. Cette réintroduction du mot *curation* témoigne ici de la porosité entre les mondes sociaux, techniques et culturels dans un contexte économique et culturel globalisé. Jouant de ces articulations, le développement du champ lexical de la curation semble indiquer le retour d'une nécessité : celle d'une intermédiation entre les individus et les œuvres, le public et l'information. Une intermédiation à la fois technique, instrumentale mais aussi d'ordre symbolique, dont l'enjeu est ambivalent : si sélectionner et recommander des contenus exprime une double attention, à des œuvres ou à des documents ainsi qu'à des publics, ces pratiques et leur désignation traduisent une forme

de résurgence de certaines représentations de la médiation et du public.

Deux espaces de déploiement : art contemporain et numérique

Dans chacun de ces domaines d'audience inégale, qui ne s'exercent pas aux mêmes échelles et répondent à des logiques différentes, que recouvre précisément cet usage partagé du terme *curation* ? En art contemporain comme dans l'espace numérique, la curation renvoie à des gestes qui dessinent et délimitent des espaces de pratique distincts, mais dont la portée sociale et symbolique entre en résonance dans l'espace public.

Dans le monde de l'art contemporain, *curation* indique un travail de sélection d'un matériau artistique, d'œuvres éparées, rassemblées en vue d'une exposition inédite (Heinich, Pollack, 2002) avec l'intention de toucher de nouveaux publics. Le terme fait son apparition au tournant des années 1970 à la fois dans les publications savantes et dans la presse d'information générale. Bien qu'il témoigne d'une forme d'attention portée à la pratique muséographique et à ses enjeux cognitifs, sociaux et culturels, il est l'apanage d'une sphère professionnelle dont le discours s'adresse d'abord à l'institution et au milieu artistique (Glicenstein, 2015). À l'instar d'autres institutions culturelles, le monde de l'art contemporain (musées, centres d'art, Fonds régional d'art contemporain – Frac – mais aussi galeries) s'interroge alors, *via* l'idée de curation, sur la place de l'art et de la création contemporaine dans la cité, sur leur capacité à attirer un public aux prises avec une offre abondante, volatile, objet de controverses tant dans le milieu de l'art qu'auprès du grand public. La création des sections d'art contemporain dans les musées, le développement des centres d'art, l'accroissement des acquisitions et des collections, mais surtout l'explosion des expositions font émerger au cours des années 1990 de nouvelles problématiques et entraînent une spécialisation de la profession muséale (Obrist, 2008). La curation devient un enjeu professionnel. En 2013 l'exposition *Nouvelles Vagues* qui s'est tenue au palais de Tokyo en est le témoin exemplaire (Boutan, 2014) : il s'agissait de « faire mieux connaître et promouvoir l'activité des curateurs » (Glicenstein, 2015 : 7). Travaillant sur l'art vivant, les professionnels de l'art contemporain cherchent à se démarquer, en prenant leurs distances avec le titre de commissaire, jugé peu exportable (C-E-A, 2012), pour adopter celui de curateur, un spécialiste certes chargé de concevoir et réaliser une exposition d'art, mais dont on attend qu'il porte un regard différent, inédit sur une œuvre ou un artiste. En français, l'usage du terme *curateur d'exposition* trouve là une connotation précise, celle d'un spécialiste, souvent artiste lui-même, dont le *geste* de sélection et de focalisation, aussi personnel soit-il, doit pouvoir, à travers sa singularité même, faire parler l'œuvre et susciter un écho auprès du public. L'objet de l'exposition est tout autant l'attention portée à l'œuvre que l'œuvre elle-même et c'est précisément dans cette mise en abyme que la curation prend sens et peut faire médiation. D'autant que le champ d'exercice du curateur ne se limite plus à l'espace muséal et à ses fonctions traditionnelles d'exposition, mais tend à s'étendre à de multiples dispositifs de mises en relation entre des objets et des pratiques artistiques dans l'espace public sous forme de manifestations, installations, performances, par exemple. Cette amplification du geste de soin se retrouve dans l'espace numérique, lorsqu'il s'agit de « veiller » des contenus pour en faciliter l'accès et l'appropriation en allant au-devant des publics.

Du côté de l'espace numérique, on parle de *curation de contenus* ou *curation de données* pour désigner l'activité qui consiste à partager des contenus plus ou moins massifs, à l'aide de dispositifs (plateformes) et d'outils (logiciels) consacrés (Mesguich, Pierre, Alloing *et al.*,

2012). On peut distinguer deux types de curation de contenus : la production de contenus veillés et agrégés par un robot, envoyés de manière massive (*push*) ou ciblée aux internautes dans une perspective commerciale (webmarketing), de celle ayant recours à l'intervention d'un expert (veilleur, *data scientist*, infomédiaire) chargé de sélectionner l'information pertinente anticipant ou répondant à une demande. Cependant, dans les deux cas, la curation de contenus constitue un système dynamique d'information fondé sur la notion de recommandation : dans la masse de données disponibles, l'agent humain – le veilleur – ou non humain – le robot intelligent ou l'algorithme – vont puiser, selon un certain nombre de critères, des ressources pour les réorganiser en un ensemble perçu comme cohérent par le récepteur, susceptible d'en faire usage à son tour. Entre usages individuels et pratiques professionnelles (*ibid*), la curation couvre ainsi un large spectre de médiations dont la nature varie au gré des opérateurs qui les activent et des préoccupations qui les sous-tendent : elle peut se faire de pair à pair, d'une organisation vers des individus, de groupe à groupe. Ce partage s'effectue aussi bien dans un cadre amateur (partager des contenus informatifs ou récréatifs entre cercles et réseaux de connaissance) que professionnel (partager des informations sensibles ou stratégiques utiles à un groupe de travail, une organisation ou encore un secteur d'activités). Ainsi la particularité de la curation de contenus réside-t-elle non seulement dans le fait de sélectionner des contenus mais aussi de le faire au regard d'un besoin d'information (Le Coadic, 1998). Ce besoin déclaré ou anticipé d'un public cible va s'incarner dans la figure de l'utilisateur (Monnier, 2017). Une figure qui cristallise une approche des publics construite sur la réception active des contenus *via* des dispositifs sociotechniques et des situations d'interactions spécifiques.

La recommandation, entre médiation et prescription culturelle

Bien que s'exerçant dans des champs relativement distincts et obéissant à des logiques différentes, le travail de mise en visibilité de contenus constitue le dénominateur commun de la pratique curatoriale. Il renvoie à la double question de l'abondance de l'offre, des difficultés d'accès dues à son hétérogénéité et à son instabilité, et à celle de la compétence des publics à juger. Il interroge leur expertise quant à la qualité et la valeur intrinsèque ou d'usage d'un contenu, fût-il esthétique (Heinich, 2009) ou informationnel (Sakalaki, Thépault, 2005).

En première lecture, l'opposition entre abondance de l'offre et principe de sélectivité laisse entrevoir une difficulté (réelle ou imaginée) des publics à se saisir de cette offre, à s'en approprier les codes et les usages. Elle suppose que le lien social et cognitif a été rompu. De ce point de vue, la curation est bien une médiation (Caune, 2017; Dufrêne, Gellereau, 2004) dont l'objectif est de (re)mettre en contact l'information et ses usagers, l'œuvre et son public ou, pour le moins, de réduire la distance qui peut se creuser entre eux. Et, comme toute médiation, l'activité de curation requiert des moyens de communication qui peuvent la rendre effective : porter à l'attention des publics des contenus susceptibles d'intérêt suppose de choisir et d'adapter des outils et des procédés langagiers, techniques et symboliques pour donner forme et sens aux sélections effectuées. La curation est d'abord ce travail de reconnexion entre le champ d'une production (informationnelle, artistique) et ses possibles destinataires : regrouper des éléments dispersés, procéder à de nouveaux agencements, organiser leur réception par une série de médiations tels le tri et la catégorisation de données massives, leur hiérarchisation, ou encore la thématisation d'une collection, la conception d'une scénographie, l'organisation d'un parcours de visite.

Pour autant, le travail de curation ne saurait être réduit à un travail de reconnexion de l'offre (de contenus) et de la demande (réelle ou supposée des publics). D'une part, en raison de la nature de l'offre et, d'autre part, au regard du rôle que les médiations techniques ainsi que les publics sont amenés à jouer. Cette double dimension s'incarne précisément dans une idée de recommandation, indissociable du champ sémantique de la curation de données numériques, mais qui trouve aussi à s'exprimer, bien que différemment, dans le champ artistique. Triés, organisés, étiquetés, tagués, les contenus recommandés sont le produit d'un regard (artiste, professionnel ou amateur) qui, les faisant sortir de l'oubli ou de l'invisibilité, les déplace dans de nouveaux environnements de sens et d'usage. La curation de contenus est donc bien d'abord un travail de requalification des contenus, permettant de capter l'attention de publics ciblés.

À la croisée des mondes et des intérêts : le double héritage de l'attention et du soin

La mise en perspective des activités de curation déployées dans les sphères artistiques et numériques contemporaines fait émerger une question centrale adressée au public qu'illustre, dans ses contradictions même, la figure du *curator* : la mise à disposition est-elle la seule logique d'action ? Quelles représentations et imaginaires du public fait-elle émerger ? Revenons à l'héritage lexical du terme pour comprendre, à travers la curation, un rapport au public complexe et évolutif.

À travers le terme de curation qui investit les mondes de l'art et du numérique, s'exprime le besoin de repenser dans l'espace social la relation à autrui, à travers le double paradigme de l'attention et du soin. Revisitant la tradition médicale où elle puise ses origines, cette irruption de la notion de curation sur la scène publique reflète de nouvelles préoccupations à la fois économiques et philosophiques, nées dans un contexte de bouleversements des repères sociaux et culturels.

La question de l'attention, si elle n'est pas neuve en économie, a fait l'objet d'un ensemble de travaux (Citton, dir., 2014) qui mettent en évidence le lien d'asymétrie entre l'abondance informationnelle et les capacités attentionnelles des publics. Si la rareté fait la valeur d'un produit, dans l'économie numérique, la rareté de l'information ne provient plus de la

production des biens informationnels et culturels mais des « capacités attentionnelles ». L'enjeu n'est donc plus d'optimiser la production, mais la réception des contenus : capter cette attention, l'orienter vers certains produits ou ressources, la fidéliser, tels sont les objectifs des stratégies marchandes mais également non marchandes, ayant recours aux techniques du webmarketing, mais aussi du marketing social. La curation de contenus sur le web fait partie de ces stratégies auxquelles elle ajoute une dimension cognitive et relationnelle : la sélection de contenus ne vise pas seulement à retenir l'attention des publics sur un sujet ou un centre d'intérêt, mais à faire partager cet intérêt. En ce sens la curation s'inscrit dans une perspective relationnelle, une « écologie de l'attention » désirable, selon Yves Citton (2014), dans une société ultraconnectée qui met à mal autant les subjectivités que le lien social. L'attention serait donc à reconsidérer dans un ensemble plus vaste de pratiques et de gestes qui s'appuient sur des outils et des dispositifs pour produire de l'attention, ce que le même auteur décrit comme une « écosophie », c'est-à-dire « un va-et-vient entre les gestes quotidiens et une réflexion, intriquée dans ces comportements pratiques. C'est la conjonction de l'attentif et de l'attentionné, du savoir et du soin, qui définit cette écosophie » (Durand, 2014).

À travers cette proposition, se profile une question plus vaste, celle de l'articulation entre attention et soin, qui ne se limite pas à l'espace numérique, mais s'y arrime pour penser les circulations possibles entre les espaces documentaires et artistiques (Gentès, 2003 ; Fabre, Desmet, 2014) et les usages qu'en font les publics. En effet, l'activité curatoriale réactive le double héritage muséal et documentaire : celui de veiller à la constitution, la préservation et la valorisation des collections d'objets et de documents. Des premiers cabinets de curiosités aux espaces d'art dernier cri, de la bibliothèque personnelle à l'espace numérique, les processus de gestion – de la collecte à la mise à disponibilité – sont des processus de soin apporté aux objets, mais aussi au regard qui va être porté sur eux. La notion polysémique de soin renoue ici avec le sens originel de la cure pour prendre une dimension pragmatique et acquérir de nouvelles formes de légitimité sociale et culturelle.

Quels que soient les espaces où elle se tient, l'activité curatoriale organise sa visibilité : à la discrétisation que développent les algorithmes, à la dissolution dans le groupe que proposent les collectifs de projet, elle oppose l'affirmation d'un *geste* qui a pour mission de médier les contenus et de *conduire* l'attention des publics, certes vers les objets ou contenus sélectionnés, mais également vers le responsable de cette sélection. Les signatures des recommandations sur les plateformes de curation (telles que l'on peut les observer sur la plateforme Scoop-it par exemple), les discours des curateurs (souvent eux-mêmes artistes) reproduits dans les livrets et catalogues d'exposition, relayés par les critiques dans les médias, sont autant de signes de la contribution à ce *design de la visibilité* que décrit Dominique Cardon (2008). Argumenter des choix, signer des contenus ne témoigne pas d'une stricte autorité informationnelle, mais d'une posture auctoriale plus ou moins revendiquée pouvant aller jusqu'à l'affirmation d'un style (Boutan, 2014) auprès d'une sphère institutionnelle (muséale, académique, économique) avec pour ambition d'y trouver une (sa) place et « son public ». Il y a là comme un travail de mise en abyme de la reconnaissance : faire (re)surgir de la masse, de l'anonymat, de l'indifférencié, une œuvre, un objet, un ensemble d'informations, en facilitant les conditions de leur reconnaissance par les publics auxquels ils sont adressés, ouvre le champ de la reconnaissance des découvreurs, devenant à l'instar des archéologues, des « inventeurs » d'objets, de contenus pourtant déjà là.

À la croisée des mondes de l'art et de l'information, la curation instaure une nouvelle couche

de médiation qui permet d'observer les processus d'élicitation, autrement dit la façon dont une aide individuelle ou à grande échelle permet l'appropriation des objets de connaissance ou de plaisir esthétique. En s'alimentant de courants sociologiques et philosophiques qui cherchent à repenser les médiations sociales, le terme *curation* est lourd d'ambitions et de promesses (autorité, reconnaissance, démocratisation) mais aussi de conflits (captation, contrôle) autour des biens informationnels et culturels. La fortune du terme montre ici le travail de requalification de pratiques professionnelles (médiation documentaire, médiation artistique) confrontées à de nouveaux dispositifs d'accès et de nouvelles pratiques de consommation de contenus informationnels ou artistiques dans l'espace culturel contemporain. Par la puissance évocatrice de l'énoncé, il s'agit non seulement de déclarer l'attention ou le soin apporté à un contenu mais aussi, de façon implicite, de donner corps, par le soin dont il est l'objet, à un public, en tendant à celui-ci le miroir de sa spécificité, de sa possible émancipation, tout autant que de son possible contrôle.

Bibliographie

Rey A., 2012, « Curatif », in : Rey A., dir., *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris, Le Robert, p. 933.

Boutan N., 2014, « L'institution fait son cinéma. Retour sur l'exposition Nouvelles Vagues au Palais de Tokyo », *Communication & Organisation*, 46, pp. 85-98. Accès : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/4739>. DOI : 10.4000/communicationorganisation.4739.

Cardon D., 2008, « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, 6, 152, pp. 93-137. Accès : <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-6-page-93.htm>. DOI : 10.3917/res.152.0093.

Caune J., 2017, *La Médiation culturelle. Expérience esthétique et construction du Vivre-ensemble*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

C-E-A (Commissaires d'exposition associés), 2012, « [Vade-mecum du commissaire d'exposition](#) », in : *Exposer l'art contemporain : les commissaires comme intermédiaires*, Toulouse, C-E-A, pp. 3-7. Accès : <http://c-e-a.asso.fr/wp-content/uploads/2012/11/CEA-brochure-final.pdf> [archive].

Citton Y., 2014, *Pour une écologie de l'attention*, Paris, Éd. Le Seuil.

Citton Y., dir., 2014, *L'Économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme ?* Paris, Éd. La Découverte.

Davallon J., 2000, *L'Exposition à l'œuvre. Stratégies de communication et médiation symboliques*, Paris, Éd. L'Harmattan.

Davallon J., 2003, « Pourquoi considérer l'exposition comme un média », *Médiamorphoses*, 9, pp. 27-30.

Dufrêne B., Gellereau M., 2004, « La médiation culturelle : enjeux professionnels et politiques », *Hermès. La Revue*, 38,1, pp.199-206. Accès : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-1-page-199.htm>.

Durand J.-M., 2014, « Le capitalisme produit une crise de l'attention [Entretien avec Y.

Citton] », *Les Inrockuptibles*, 25/09. Accès : <https://www.lesinrocks.com/2014/09/25/actualite/yves-citton-il-ny-pas-dattention-en-dun-environnement-relationnel-11526240/>.

Fabre I., Desmet N., 2014, « Organisation des connaissances au musée : entre acte curatoriale et médiation documentaire », in : *Colloque international Connaissances et informations en action : transfert et organisation des connaissances en contacte*, Bordeaux, 22-23 mai. Accès : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01121055/document>.

Gentès A., 2003, « Enjeux de l'énonciation éditoriale et curatoriale », *Communication & Langages*, 137, 1, pp. 88-100. Accès : http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2003_num_137_1_3224.

Glicenstein J., 2015, *L'Invention du curateur. Mutations dans l'art contemporain*, Paris, Presses universitaires de France.

Heinich N., 2009, *Faire voir. L'art à l'épreuve de ses médiations*, Bruxelles, Éd. Les Impressions nouvelles.

Heinich N., Pollack M., 2002, « Du conservateur de musée à l'auteur d'expositions : l'invention d'une position singulière », in : Edelman B., Heinich N., dirs, *L'Art en conflits, l'œuvre de l'esprit entre droit et sociologie*, Paris, Éd. La Découverte, pp. 18-44.

Le Coadic Y.-F., 1998, *Le Besoin d'information. Formulation, négociation, diagnostic*, Paris, Association des professionnels de l'information et de la documentation.

Littre É., 1873-1874, « Curation », in : *Le Littré. Dictionnaire de la langue française*. Accès : <https://www.littre.org/definition/curation>.

Mesguich V., Pierre J., Alloing C. et al., 2012, « Enjeux et dimensions », *Documentaliste-Sciences de l'information*, 49, pp. 24-45. Accès : <https://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2012-1-page-24.htm>.

Monnier A., 2017, « Usager », in : *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/usager/>.

Obrist H. U., 2008, *A Brief History of Curating*, Paris, Éd. Les Presses du réel.

Sakalaki M., Thépaut Y., 2005, « La valeur de l'information », *Questions de communication*, 8. Accès : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5300>. DOI : 10.4000/questionsdecommunication.5300.