

APPEL A COMMUNICATIONS pour le colloque international

## Faire connaître les mondes en découverte

Strasbourg, 14, 15, 16 octobre 2019

**Envoi des propositions de communication** : Résumé d'une page, soit 500 mots environ, 3 à 5 mots-clefs, un bref CV d'une dizaine de lignes, à envoyer pour le **31 janvier 2019**, à l'adresse suivante : [colloque-mondes-en-decouverte@bnu.fr](mailto:colloque-mondes-en-decouverte@bnu.fr)

La Bibliothèque Nationale et Universitaire de Strasbourg (BNU), le Laboratoire SAGE (UMR 7363, Université de Strasbourg-CNRS), l'Equipe d'accueil Mondes germaniques et nord-européens (EA 1341, Université de Strasbourg) et le Laboratoire CESSMA (UMR 245, Université Paris-Diderot-IRD-INALCO) organisent un colloque international pluridisciplinaire sur le porter-à-connaissance des mondes en découverte, que celui-ci se fasse par l'intermédiaire de cartes ou d'autres médias.

Le colloque fait partie des manifestations scientifiques accompagnant l'exposition "Hors du monde ; la carte et l'imaginaire", organisée par la Bibliothèque Nationale et Universitaire de Strasbourg (BNU) du 17 mai au 20 octobre 2019.

### *Mondes en découverte et médias*

Les découvertes géographiques ont toujours fait l'objet d'une médiatisation auprès d'un public plus ou moins large. En Europe, à partir de la Renaissance, la carte était un outil majeur de ce porter-à-connaissance, auprès d'un groupe restreint de souverains, de puissants, de négociants, de personnes éclairées, de marins, voire d'aventuriers... En Europe toujours, avant la Renaissance, la carte n'était certes pas inconnue, par exemple avec les portulans très pragmatiques que confectionnaient et utilisaient les navigateurs. Mais d'autres médias avaient sans doute plus d'importance dans la communication, comme les récits dans lesquels le merveilleux pouvait camoufler, ou suggérer, des réalités nouvelles. Depuis la Renaissance, et plus encore à l'époque actuelle, les évolutions ont été considérables. Entre autres facteurs, les découvertes ont stimulé le perfectionnement technique de la carte, qui a adopté une logique et des procédés scientifiques. Dans le même temps, les médias n'ont cessé de se diversifier. La presse, les livres, les images et photographies, les films, les reportages et documentaires, la radio et la télévision, Internet, n'ont cessé de faire partager à un public toujours plus large des mondes à découvrir. De même, alors que le monde terrestre devenait finitude, d'autres espaces non finis se sont ouverts à la découverte, l'espace sidéral en premier lieu.

Il faudrait ajouter les espaces de fiction, comme si l'appétit de la découverte était tellement grand que la réalité n'y suffisait pas. Depuis longtemps, la carte a été mobilisée en ce sens et l'est toujours, que l'on pense à la Carte du Tendre du dix-huitième siècle ou à l'univers de Tolkien au vingtième. Mais même les faits avérés ne sont pas exclusifs de la fiction, comme le montrent encore les cartes géographiques aux 16 et 17èmes siècles, qui les mélangent avec des monstres marins, un décor mythologique et des lieux supposés, voire imaginés. Devenues œuvres d'art, les cartes se vendaient mieux ; mais peut-être ce qui nous semble aujourd'hui relever du mythe était-il pour les sociétés concernées une figure imposée du porter-à-connaissance. La fiction contemporaine joue sans doute sur

les mêmes ressorts, mais avec des moyens décuplés. Les techniques nouvelles contribuent à l'engouement pour ces réalisations, à tel point que la découverte est désormais autant celle de leurs immenses possibilités que celle de nouveaux *univers*. On pourrait citer la science-fiction, les effets spéciaux, les jeux vidéo ou des formes d'art renouvelées. On pourrait peut-être dire que les médias ont longtemps popularisé les mondes nouveaux, alors qu'aujourd'hui les *univers* imaginés contribuent fortement à populariser les médias.

Le colloque retient donc une acception large de la notion de *mondes en découverte* ainsi que des médias qui en diffusent la connaissance, en postulant que la découverte, loin de constituer un *moment*, correspond à un processus de moyen ou de long terme, au cours duquel la mise en connaissance ne cesse pas. Cette idée processuelle est d'ailleurs cohérente avec la définition d'un *monde* comme étant une totalité, un système et souvent une société dans sa complexité, dans l'interaction de ses éléments ; la connaissance de cette complexité ne peut que supposer la longue durée.

*Faire connaître* suppose au moins l'existence d'un émetteur et d'un receveur. Du côté de l'émetteur, le découvreur n'est pas seul. Même si les conditions ont considérablement changé dans le temps, il a rarement été l'acteur principal, car il a toujours dû composer avec le spécialiste du média qui réalise l'objet, mais aussi avec le financeur, public ou privé, qui assure la faisabilité du projet, de même qu'avec une série d'intermédiaires. Chacun d'eux, dans la mesure de ses moyens, a ses propres objectifs et met en œuvre sa stratégie, comme l'a bien montré Isabelle Lesage (éd.) avec la question des blancs de la carte (2004). Du côté des receveurs, leur nombre varie selon les époques, les sociétés et selon les réalisations. Mais reste indispensable le besoin, voire la soif, de connaître, besoin que l'émetteur peut évidemment aiguïser et peut-être provoquer. De plus, dans l'appétit pour les mondes en découverte, il y a des ressorts essentiels de l'esprit humain, la fascination pour l'étrange, l'appétence pour l'aventure, le désir du dépassement de soi, la passion pour l'énigme, la quête de la beauté. Le *faire connaître* induit nécessairement une dimension pédagogique, de même que son étude suppose une interrogation en termes d'acteurs.

### *Une réflexion pluridisciplinaire*

Etudier la mise en connaissance des mondes en découverte nécessite une réflexion pluridisciplinaire. La géographie et l'ethnologie tentent de décrire et de comprendre le monde en découverte, l'histoire de saisir le processus de la découverte. Mais cette connaissance mobilise également celui qui interroge la littérature et l'art, tandis que la médiatisation inclut tout aussi nécessairement une pédagogie de la transmission et une logique technique. Le rôle des décideurs et des puissants dans l'émission du message postule une inévitable dimension politique. Que ce soit pour mettre en avant ou au contraire pour censurer, à moins que ce ne soit pour dévier le message dans le sens jugé le plus approprié, le responsable qui autorise et parfois finance dispose de moyens considérables. Déjà à l'époque des explorations de l'Amérique, il avait pris en compte les possibilités de fausser l'information, de la taire en tant que secret d'Etat ou au contraire de la mettre en valeur afin de se mettre lui-même en valeur. De plus, les *blancs de la carte* ont joué le rôle de stimulant, ou celui de prétexte, à de nouvelles aventures, explorations, découvertes, mais aussi à des conquêtes et à des prises de possession de territoires. La carte et les médias créent ainsi une réalité qui tend ensuite à s'imposer au réel, par exemple à celui des populations habitant depuis longtemps *les blancs de la carte*. Les groupes privés d'aujourd'hui ne font-ils pas la même chose dans la prospection de nouveaux marchés ?

La philosophie n'a pas non plus manqué de mobiliser les mondes en découverte. En mettant en scène l'étrange et l'inconnu, ceux-ci suscitent une réflexion sur l'Autre, sur sa manière de vivre et sur son système de pensée. Le philosophe peut ainsi prendre du recul pour bousculer les tabous et les non-dits de sa propre société et lui dévoiler la relativité des choix sur lesquels elle a été fondée. Par la satire, le conte et la fable, en parlant de manière à peine voilée, les philosophes des Lumières ont souvent pu déjouer les foudres des puissants, comme Voltaire dans son *Candide* –qui met en scène un Eldorado encore plus mythique que celui des romanciers- ou Montesquieu avec ses *Lettres Persanes*. Certains de leurs successeurs, au dix-neuvième siècle, ont voulu appliquer leurs conceptions philosophiques à travers des réalisations utopiques à vocation sociale. L'organisation de l'espace a été mise à profit pour fonder des sociétés idéales : situation digne d'un oxymore où l'utopie, *qui n'est d'aucun lieu*, était matérialisée, localisée et même cartographiée !

De manière réflexive, le porter-à-connaissance des mondes en découverte interroge la société qui en prend l'initiative. Le sociologue autant que l'historien sont ici sollicités, car le choix de ce qui est mis en avant d'une réalité nouvellement perçue autant que l'invention par pure imagination d'un monde virtuel révèlent quelque chose du système de penser et d'agir de la société qui en est responsable. De même, les modes de transmission sont caractéristiques d'une société donnée et les effets de la transmission concourent à la construction de cette société.

#### *Un objectif et des axes de réflexion*

Le colloque a pour objectif de produire une réflexion et une discussion sur les processus par lesquels les mondes en découverte, y compris les mondes de fiction, sont portés à la connaissance d'un public plus ou moins large. Il n'exclut *a priori* aucune époque de l'histoire, aucune société d'où émerge l'initiative de la découverte et aucun lieu de la découverte (terrestre ou extra-terrestre). Les pistes suivantes sont suggérées, sans être exclusives :

- le processus de découverte : y a-t-il des sociétés qui portent, ou qui ne portent pas, l'entreprise d'exploration, de découverte ou de production de fiction ? Comment et pourquoi ? Quelles sont les incitations et les institutions (au sens large, *ce qui est institué*) qui portent le processus, quels sont les blocages ?
- le découvreur et les médias : comment se fait, ou ne se fait pas, le lien entre ceux qui découvrent et les médias ? Quels sont les acteurs, les intermédiaires, les obstacles, les refus, les sollicitations, les réseaux ? Quelles sont les stratégies et les techniques d'approche des uns et des autres, quelles sont les relations entre eux ?
- les processus de la transmission : quel est le processus intellectuel, politique, financier, technique, par lequel une découverte est portée à la connaissance ? Quels sont les logiques et les acteurs du média, quelles sont éventuellement les chaînes de médias à l'œuvre ? Quel est le public concerné, comment est-il défini, par quoi est-il limité ?
- les effets sociétaux de la médiatisation des découvertes : quelles transformations sociales, politiques, techniques entraînent le porter-à-connaissance des découvertes ? Quelles sont les réactions en chaîne, à la fois sur les sociétés qui ont pris l'initiative de ce porter-à-connaissance et sur celles qui en sont l'objet ?

**Dates du colloque :** 14, 15 et 16 octobre 2019.

**Institutions organisatrices :** Bibliothèque Nationale et Universitaire de Strasbourg (BNU), Laboratoire Sociétés, Acteurs, Gouvernement en Europe (UMR 7363, Université de Strasbourg-CNRS), Équipe d'accueil Mondes germaniques et nord-européens (EA 1341, Université de Strasbourg), Laboratoire CESSMA (UMR 245, Université Paris-Diderot-IRD-INALCO).

**Localisation :** Strasbourg, auditorium de la Bibliothèque Nationale et Universitaire

**Langues de travail :** français, anglais, allemand

Les participants interviennent et débattent dans leur propre langue. Aucune traduction ne peut être assurée.

**Envoi des propositions de communication :** Résumé d'une page, soit 500 mots environ, 3 à 5 mots-clés, un bref CV d'une dizaine de lignes, à envoyer pour le **31 janvier 2019**, à l'adresse suivante : [colloque-mondes-en-decouverte@bnu.fr](mailto:colloque-mondes-en-decouverte@bnu.fr)

**Réponse du comité scientifique :** 31 mars 2019.

**Remise des résumés :** avant le 31 juillet 2019.

### **Comité scientifique**

Odile GOERG, historienne, Université Paris Diderot, Laboratoire UMR CESSMA

Philippe HAMMAN, sociologue, Université de Strasbourg, Laboratoire UMR SAGE

Alexandre KOEBEL, historien, Université Paris Diderot, Laboratoire UMR CESSMA

Thomas MOHNIKE, littérature et civilisations scandinaves, Université de Strasbourg, Laboratoire EA Mondes germaniques et nord-européens

Jean-Luc PIERMAY, géographe, Université de Strasbourg, Laboratoire UMR SAGE

Patricia ZANDER, géographe, Université de Strasbourg, Laboratoire UMR SAGE

### **Comité d'organisation**

Annick BOHN, Bibliothèque Nationale et Universitaire de Strasbourg

Gwenaél CITÉRIN, Bibliothèque Nationale et Universitaire de Strasbourg

Jean-Luc PIERMAY, Université de Strasbourg

Benoît WIRRMANN, Bibliothèque Nationale et Universitaire de Strasbourg

### **Résumé**

Le colloque propose de réfléchir aux processus par lesquels les mondes en découverte sont portés à la connaissance d'un public plus ou moins large. Les explorations novatrices ont depuis longtemps fait l'objet de formes de médiatisation, avec des filtres qui ont laissé une large place à la fiction, au merveilleux et aux stratégies des acteurs. Les supports ont considérablement changé au fil du temps : récits oraux ou écrits, cartes, images de toutes sortes, et plus récemment photographies, films, reportages, télévision, Internet... Désormais, la découverte ne se limite plus à l'espace terrestre. Elle se déploie dans

l'univers sidéral, mais aussi dans les espaces de fiction qui, à travers les mythes, l'art, la littérature et les contes philosophiques, n'ont jamais été absents des mondes en découverte. Ces univers nouvellement explorés ou inventés sont aussi des "mondes en découverte", qui aident à populariser les nouvelles technologies et que le colloque prendra en compte.

Le colloque s'intéresse au processus de la découverte au sein de la société qui prend l'initiative de celle-ci, aux liens entre découvreurs et médias, aux mécanismes de transmission par les médias, aux effets sociétaux de la médiatisation des découvertes.

Les contributions peuvent relever de disciplines variées : géographie, histoire, sociologie, littérature, sciences politiques, etc. La réflexion n'est limitée à aucune période de l'histoire et à aucun lieu.

## **Abstract**

### **Make the worlds in discovery known**

The symposium addresses the process by which the worlds in discovery are brought to the knowledge of a more or less wide audience. Innovative explorations have long been the subject of media, with filters that have given some place to fiction, to fantasy and to the actors' strategies. Media have changed dramatically over time: oral narratives or writings, maps, images of all kinds and more recently photographs, films, reports, television, the Internet... Today, discovery is not limited to the terrestrial space. It spreads into the sidereal universe, but also into spaces of fiction that, through myths, art, literature and philosophical tales, have never been absent from the worlds in discovery. These newly explored or invented universes are also "worlds in discovery", which help to popularize the new technologies and which the symposium will take into account.

The conference will focus on the process of discovery in its social context, the links between discoverers and media, the mechanisms of transmission by the media, the societal effects of media coverage of discoveries.

The contributions can be of various disciplines, geography, history, sociology, literature, political science, etc. Reflection is not limited to any specific period of history or place of discovery.