

# Médiation de la médiation au musée du Louvre

## Des logiques de recherche au sein d'un projet politique

*Article inédit, mis en ligne le 29 mars 2014*

**Yves Jeanneret & Camille Rondot**

*Yves Jeanneret et Camille Rondot sont chercheurs au GRIPIC EA 1498 - Université Paris Sorbonne (Celsa) - Sorbonne universités.*

### Plan

Introduction

L'écriture en musée : une approche politique et globale de la médiation

    Une recherche action inscrite dans une histoire et une politique

    L'espace complexe des écritures en musée

    Une poétique entre grammaire et geste créateur

La médiation des médiations

    De la médiation aux médiations, une notion polychrétique

    La médiation, un principe communicationnel ouvert, à la rencontre d'un cadre contractuel

    La médiation comme processus d'ajustement et comme condition de possibilité : le rôle de l'économie organisationnelle des écritures

Conclusion

*Références bibliographiques*

*Notes*

### RESUMÉ

L'article présente la portée scientifique d'une recherche-action menée au Musée du Louvre. Agissant dans le cadre d'un projet politique de refonte globale de l'accueil des publics, les chercheurs ont élaboré un modèle théorique et des outils de médiation permettant de prendre en charge toute la complexité d'un monde d'écritures traversé par de multiples enjeux. Pour ce faire, par-delà les interventions proprement muséographiques, les multiples formes de l'écriture en musée ont été repérées et intégrées à une approche de la place de l'institution dans l'espace public et des multiples logiques de communication que son intervention mobilise. En outre, la traduction de ce modèle en un dispositif de médiation réellement ancré dans la réalité de l'institution et de ses publics a supposé un dialogue avec l'équipe des médiateurs pour inventer des formes documentaires et médiatiques capables de concilier l'appropriation d'une démarche et l'initiative locale des acteurs : une médiation de la médiation. Ce travail est l'occasion d'un retour réflexif sur l'économie des écritures dans le musée, le sens donné par les différents acteurs à la médiation et la circulation des savoirs entre médiateurs et chercheurs.

### *Mots clés*

Écriture en musée - médiation - logique de communication - recherche-action - trivialité - public

### ABSTRACT

This paper brings into light the scientific dimension of an applied research project in the Louvre Museum. Within the frame of the plan adopted by the museum to globally reshape communication

with the visitors, the researchers conceived a theoretical framework and several mediation tools in order to support the complexity of a world of writing involving different stakes. For this purpose, beyond the interventions limited to museology, the various forms of writing in museum were identified and integrated into a reconsideration of the place of the institution in the public sphere and of the multiple rationalities of communication underlying its interventions. In addition, the translation of this model into an apparatus of mediation, grounded in the reality of the institution and its audiences, required a dialog with the team of mediators in order to create documentary and media forms able to simultaneously promote the appropriation of a common frame of action and adapt the forms of communication to local and specific purposes: i.e. a mediation of mediation. This research gives an opportunity to reflect on the economy of the forms of writing in the museum, the various meanings given by actors to mediation and the sharing of knowledge among mediators and researchers.

### *Key words*

Writing in museum - mediation - applied research - communication rationalities - audience

### **RESUMEN**

El artículo presenta el ámbito científico de la investigación-acción en el Museo del Louvre. Los investigadores - actuando en el enmarcado en un proyecto político de reforma integral de la recepción del público - han desarrollado un modelo teórico y herramientas de mediación para manejar la complejidad de un mundo de la escritura atravesado de múltiples estacas. En este respeto, más allá de las intervenciones museográficas en sí mismo, se identificaron las varias formas de escritura que fueron integradas a un enfoque sobre la función de la institución en el espacio público y las múltiples lógicas de comunicación que su intervención moviliza. Además, la traducción de este modelo en un aparato de mediación realmente arraigado en la realidad de la institución y de sus públicos supone un diálogo con el equipo de mediadores para inventar formas documentales y mediáticas capaz de conciliar la apropiación de un enfoque y la iniciativa local de actores: la mediación de la mediación. Este trabajo es una oportunidad de reflexión sobre la economía de las escrituras en el museo, el significado dado por los diferentes actores a la mediación y la circulación de conocimientos entre los investigadores y los mediadores.

### *Palabras clave*

Escritura en Museo - Mediación - Lógica de comunicación- Investigación-acción - trivialidad

### **INTRODUCTION**

Nous proposons ici l'analyse d'un processus de création concertée d'un ensemble de dispositifs de médiation destiné à accueillir et accompagner le visiteur de musée dans sa propre démarche. Un tel processus d'écriture collective, déployé dans le cadre organisationnel et politique d'un musée de premier plan international, le Louvre, est par son existence même et son ampleur en mesure d'affecter globalement la relation qu'un musée entretient avec ses publics. Il est porteur d'un point de vue très large sur la communication puisque le caractère délibéré du projet conduit à qualifier le geste de fréquenter le musée à la fois comme une démarche spatiale (marche en avant(1)), sociale

(relation d'hospitalité), culturelle (appropriation d'œuvres et de savoirs) et politique (regard sur l'institution). Approche multidimensionnelle qui autorise et même exige la prise en compte de formes multiples de communication et qui se place d'emblée dans un espace de circulation des discours et d'hétérogénéité de leurs usages.

Un tel processus suppose une théorisation de la démarche de médiation, de ses formes et enjeux ; il repose sur une stratégie revendiquée par l'institution (le projet Pyramide (2)) ; il donne lieu à un travail d'élaboration, de concertation et d'écriture complexe, polyphonique et ancré dans la structure organisationnelle du musée ; il est fortement marqué par l'identité historique, politique et culturelle de l'institution mais soulève des enjeux qui traversent l'espace public contemporain de la culture et souligne ainsi la structuration de ce dernier sur les plans territorial, national et international.

Les auteurs de l'article ont été impliqués dans ce processus selon une modalité de recherche-action (3) décrite ci-dessous. L'objet du présent article n'est pas toutefois d'en exposer les résultats, qui opèrent au sein du musée sous la forme de ressources d'écriture actuellement à l'œuvre, mais de revenir sur cette expérience dans le but d'en tirer une analyse susceptible de concerner les dynamiques sociales d'un espace public de la culture. Une telle analyse doit prendre en compte la singularité de l'institution et la compétence particulière de l'équipe de médiateurs – y compris leur importante culture de la recherche – autant que le cadre politique de l'action. En effet, la démarche initiée par le Louvre et la manière dont ce dernier a sollicité le concours de chercheurs sont très originales et il serait absurde de généraliser aux musées cette situation très spécifique. Toutefois, on prendra ici une distance pour comprendre comment ce type particulier d'interaction entre acteurs du musée et chercheurs (4) révèle certains enjeux et certains problèmes théoriques et pratiques liés plus largement au rôle qu'une institution muséale peut se donner dans l'économie générale de la circulation sociale des savoirs. Enjeux et problèmes que le présent article s'emploie à théoriser par un retour critique sur des contraintes, des initiatives, des implications – interrogeant, pour parodier Joëlle Le Marec, « ce que le terrain fait aux concepts » (2002).

Plusieurs questions interagissent dans une telle perspective. L'approche politique et globale de la médiation engage un objet complexe, l'écriture *en musée* (5), pris dans sa globalité tant en vertu des catégories pragmatiques à l'œuvre (ici la marche en avant) que de la complexité des espaces pris en compte (ici, le palais entier) et des outils politiques envisagés (ici, une charte). Mais à une échelle plus circonscrite les dispositifs documentaires conditionnent la mise en œuvre de ces écritures complexes, notamment la communication entre chercheurs et médiateurs. Or ces productions ne prennent sens que dans le cadre plus large d'une économie organisationnelle des écritures qui s'avère déterminante dès qu'on tente d'associer la question du discours à celle des écrivains (6) : l'écriture effective s'avère suspendue entre le *que dire* ? et le *qui signe* ?, deux questions qui sont respectivement fondamentale et cruciale. Les relations entre ces trois plans d'action (modèle communicationnel, outils de médiation, économie des écritures) mettent en relief une difficulté insistante et transversale qui est celle de la définition d'une posture des chercheurs, plus exactement de sa redéfinition constante. Ce qui suscite une réflexivité particulière concernant la façon dont cet espace de pratiques interroge les catégories de la recherche en communication comme la manière dont ce travail concerté entre chercheurs et acteurs renvoie au musée certains questionnements sur son rôle politique et son identité.

Comme on peut le voir, cette recherche concerne le musée et elle suppose une prise en compte précise des exigences muséographiques, mais elle ne relève pas de la seule muséologie. Son intérêt particulier tient au fait qu'elle se situe à la croisée d'une approche des médiations de la culture, des enjeux sociopolitiques de la circulation des savoirs et valeurs, des dispositifs de communication en organisation et des enjeux communicationnels de la recherche en sciences humaines. Selon nous, l'enjeu principal du projet ici décrit n'est pas de produire une innovation de plus dans tel dispositif de communication ou dans telle médiation sémiotique des objets – ce qui se produit de fait – mais

plutôt de mettre à l'épreuve une capacité du musée à intervenir dans une économie politique de la circulation des objets et valeurs de la culture (Bouquillion, Miège et Moeglin, 2013) : jusqu'à quel point et sous quelle forme le musée peut-il avoir prise sur ces processus complexes et dépendant de multiples déterminations ? Dans un contexte historique, politique et économique où le musée n'est pas seul maître de la vie triviale des êtres culturels (Jeanneret, 2008), il peut agir sur celle-ci, l'infléchir, la stimuler, à la fois par une visée politique, par une action créative (poétique) sur les dispositifs et par la définition d'une certaine figure médiationnelle de l'institution.

C'est pourquoi les objets concrets que cette recherche s'emploie à transformer en objets de recherche (Davallon, 2004) info-communicationnels (7) – fondamentalement le musée, la médiation, l'écriture – reçoivent une définition complexe et multidimensionnelle. Il faut bien noter que si cet enjeu est manifestement en écho avec les préférences théoriques des chercheurs (8), il est avant tout tributaire d'un parti adopté par les responsables du musée avant même le début de cette recherche, celui d'un effort politique pour qualifier ces mêmes catégories (médiation, écriture, musée lui-même) à partir d'une approche des missions d'un musée public international multidimensionnelle, non réduite à la technique et non circonscrite à un public spécialisé.

### **L'ÉCRITURE EN MUSÉE : UNE APPROCHE POLITIQUE ET GLOBALE DE LA MÉDIATION**

Si le projet de comprendre ce que signifie *écrire en musée* structure l'approche scientifique proposée ici, le cadre politique dans lequel cette question s'est posée détermine le tour qu'a pris la relation entre concepts et terrain : un contexte marqué par la présence de savoirs constitués sur la médiation, une écriture non réduite à la muséologie et un système de communication dynamique, en redéfinition constante.

Voici succinctement résumé le cadre de cette recherche-action. L'établissement public du musée du Louvre a publié début 2011 un appel à marché public de prestations intellectuelles concernant la définition de la ligne éditoriale de médiation du Projet Pyramide, concours qui a été remporté par l'équipe du Gripic (Celsa) avec une proposition intitulée « Accompagner la marche en avant du visiteur », projet élaboré dans le cadre du programme scientifique de la chaire pour l'innovation dans la communication et les médias. Ce marché concernait une prestation consistant principalement en la rédaction d'un document pilote, intitulé « Charte éditoriale de la médiation », mais il est apparu d'emblée qu'il supposait en réalité une intime coopération entre les chercheurs impliqués et l'équipe de la DPPEA (9) et qu'un dispositif plus complexe serait indispensable pour remplir les objectifs poursuivis, structurer et accompagner un processus de déploiement graduel, sur plusieurs années, de dispositifs destinés à occuper l'ensemble du musée. Le travail a été mené sur un peu plus d'une année, avec une séquence d'implication dans l'équipe de médiation (DPPEA) et une série de rencontres avec les acteurs de la direction, de la conservation et de la médiation ; il a abouti, outre la rédaction et la validation de la charte, à la production d'un ensemble documentaire complexe (décrit ci-dessous) et à l'organisation d'un séminaire réunissant les protagonistes du projet Pyramide.

#### ***Une recherche action inscrite dans une histoire et une politique***

La direction des publics du Louvre (10) a commandé plusieurs études sur la forme des documents, leur intégration aux espaces d'exposition, les usages et pratiques des visiteurs. Cela crée les conditions dans la durée pour une collaboration confiante entre acteurs et chercheurs pour observer les usages, d'abord dans le cadre d'espaces d'exposition définis. Les acquis de ce type d'analyse, qui se fonde sur la théorie de l'exposition comme média (Davallon, 1999), l'étude sémio-linguistique des écrits de médiation muséale (Jacobi, 1998 ; Poli, 2002) et l'évaluation qualitative en muséologie (Le Marec, 2007), constituent un fonds conceptuel déterminant pour le travail ici décrit. Peu à peu des approches plus transversales ont élargi le cadre d'interprétation vers l'espace matériel, relationnel et symbolique du musée dans son ensemble : ainsi, une étude consacrée à la place des textes et de la

lecture a dégagé quelques traits structurants d'un paysage et d'une culture des écrits dans le musée (Jacobi et Jeanneret, 2007). Dans un tel contexte, l'écriture muséographique reste déterminante, mais elle interagit avec une multiplicité de pratiques.

Lorsque l'équipe de recherche a engagé le nouveau projet consistant en l'élaboration d'une charte éditoriale de la médiation, la DPPEA et les chercheurs partageaient ces constats effectués dans la durée : caractère labyrinthique du musée, feuilletage de projets différents de médiation, écriture adressée à un large public mais régie par une discipline experte, multiplicité des discours qui traversent le musée (11).

Toutefois, le projet de réaliser une charte éditoriale de la médiation a une source plus institutionnelle. Il s'inscrit dans une démarche concernant le musée dans son ensemble et incarne une volonté politique de la direction du musée. D'échanges structurés menés au sein du musée émanait un projet dans lequel l'institution s'était engagée depuis plusieurs années avec en 2006 le schéma directeur du projet (intitulé « Pyramide ») puis un document essentiel, intitulé « Réinventer la médiation », rédigé en octobre 2010, base de discussion fondamentale à partir de laquelle le concours des chercheurs à un tel projet politique fut envisagé.

Ce dernier document est essentiel pour les chercheurs, puisqu'il oriente l'espace de leur pratique. Par son titre et son énonciation éditoriale (12), il légitime la notion de médiation et confirme le rôle des spécialistes des publics (DPPEA) qui apparaissent comme moteurs du projet sans pouvoir toutefois revendiquer une pleine qualité d'auteurs pour une écriture qui engage l'ensemble des acteurs du musée. En cohérence avec les constats relatifs aux tensions qui traversent le monde des écrits du musée, ce texte programmatique marque des partis pris sur lesquels le travail s'appuiera, par exemple une approche symbolique et non simplement technique de la notion d'accueil et un souci assumé des publics peu familiers de l'art. On y lit par exemple la phrase suivante, qui servira de point d'appui à l'intervention : « Il ne s'agit pas de faire croire à une simplicité illusoire mais au contraire de proposer, avec toutes les garanties scientifiques d'une vulgarisation exigeante, un ensemble de "premières marches" mettant à la portée des moins instruits des choses de l'art les clés de base pour faire évoluer progressivement leurs regards [...] » (13) L'équipe engagée dans la recherche-action peut donc se référer à un « corps de doctrine » qui la dispense d'avoir à produire elle-même les principes de son action ; et, bien entendu, elle s'engage dans le projet parce qu'elle souscrit globalement à ces principes. Enfin, ce document pilote définit l'espace de la communication en invitant le musée à raisonner en termes de « marche en avant » du visiteur, ce qui a deux conséquences : d'une part, présenter le musée comme un lieu à parcourir et à investir, d'autre part décloisonner le travail sur les écrits en imposant la nécessité de prendre en compte toutes les logiques de communication auxquelles le musée est confronté, depuis sa présence dans l'espace de la cité jusqu'à la présentation des œuvres, en passant par les multiples moments de la découverte et du choix. Ces principes de médiation interfèrent avec un volet de réorganisation des espaces physiques du musée, développé parallèlement par une équipe d'architectes et de designers, ce qui fait que l'expérience de création des médiations interagit avec un cadre matériel de dispositifs lui-même mouvant.

### *L'espace complexe des écritures en musée*

Pour prétendre intervenir dans un tel espace, il est indispensable de le penser, c'est-à-dire de comprendre à la fois la façon dont il fait communication et la manière dont il peut être structuré. Il n'est pas question de développer ici l'ensemble des outils conceptuels qui ont été proposés. On se bornera à montrer, à partir de quelques exemples limités, en quoi consiste la teneur théorique de ce travail. On peut pour cela partir de la relation qu'une telle recherche entretient avec la tradition muséologique, une relation marquée par un décalage significatif dans le fil d'une continuité forte. Nous sommes dans un espace surdéterminé par la spécificité de l'exposition comme média et du

musée comme institution (Davallon, 1999). Non seulement les formes médiatiques imposent d'associer des signes très hétérogènes, mais l'objet y joue un rôle déterminant, car c'est autour de lui que s'organisent les parcours et les pratiques (14). D'autre part, visiter un musée n'est pas seulement découvrir un message, c'est interagir avec une institution et lui attribuer un discours. Ces deux enjeux, ici résumés de façon très sommaire, détournent donc d'emblée de vouloir normaliser trop fortement les espaces de communication : en effet, seul un travail fin et spécifique dans chaque espace peut définir la pertinence d'une proposition et toute « marche en avant » débouche sur une pluralité de dimensions et d'enjeux de la relation au lieu, à l'institution, au discours sur la culture. D'une certaine façon, la recherche est donc le prolongement de la problématique de la muséologie comme forme communicationnelle, à ceci près qu'elle se déploie dans un espace qui, loin d'être marqué par un projet singulier au sein d'une exposition particulière, ouvre d'emblée le travail vers la circulation sociale des formes et discours du musée, en interaction avec l'institution, le marché, les pratiques culturelles, les industries touristiques.

Par rapport au cadre architectural de Pyramide, qui définit l'enveloppe formelle de la marche en avant, la charte de la médiation vise à créer une dynamique de représentation, de sens et de choix. L'enjeu est la création d'un espace *pratiqué* (Certeau : 1990). Le parti pris de découper le musée en parcours et en pôles définit une logistique d'espaces associée à une grammaire d'entités : parcours, points de ponctuation, unités de taille variable. Certains espaces sont fortement individualisés, par exemple le hall situé sous la pyramide de Pei qui constitue un espace de présentation du projet muséal dans sa cohérence. D'autres sont plutôt spécifiés par leur place fonctionnelle qui caractérise une série : zones, points d'accueil relais, séquences muséographiques (15). Dans la mesure où l'approche globale des dispositifs privilégie la marche en avant, l'impératif de lisibilité et de cohérence s'impose au système général de la communication ; toutefois, seule la singularité des œuvres et des savoirs peut donner sens localement à chaque parcours et à chaque choix médiatique. La clarté d'une démarche et d'un discours du musée, d'un côté, de l'autre la pertinence d'une proposition d'expérience de visite, sont les deux pôles entre lesquels se déploient les multiples étapes d'un choix subjectif, individuel ou collectif.

### *Une poétique entre grammaire et geste créateur*

Effectuer ces constats, c'est aller vers des *concepts médiateurs* (16), capables d'incarner une structure transversale, tout en se pliant à un travail poétique et local qui constamment les précise, les concrétise ... et les altère. Mais la focale large, le regard transversal, donnent du relief à un certain nombre de distinctions. Le fait de considérer dans sa globalité la marche en avant du visiteur aide à dénaturer ce qui paraît évident dans les musées, par exemple l'idée que le visiteur serait un avatar de l'étudiant d'art. Le musée regarde son visiteur comme un citoyen confronté à une institution politique, un usager qui déploie des programmes d'activités, un amateur qui ajuste sa relation au monde culturel et aux médias, autant que comme un adepte de l'art qui contemple et apprend.

Il est donc possible de distinguer des logiques de communication qui peuvent se déployer tout au long de la marche en avant du public : une *logique pragmatique*, qui permet à l'usager de s'approprier des ressources, une *logique relationnelle*, qui régit la relation entre l'institution musée et son public, une *logique représentationnelle*, qui porte le discours que le musée tient sur son monde, une *logique didactique*, orientée vers la construction de savoirs et une *logique contractuelle* qui fournit un mode d'emploi de la communication du musée. De la même façon, la construction des médias ne peut être ni anticipée ni formalisée de façon rigide d'un espace à l'autre, mais repérer la façon dont les dispositifs jouent des espaces peut être une aide pour concilier cohérence et créativité : ainsi peut-on prendre en compte *l'espace disposé* (que définissent les lieux et l'exposition), *l'espace vectorisé* (que dessinent les types de parcours proposés aux visiteurs), *l'espace médiatisé* (fondé sur



les supports et les formes médiatiques) et *l'espace représenté*, (qui résulte du travail du musée pour élaborer son monde idéal).

Ces notions, qui synthétisent toute une muséologie communicationnelle, présentent un caractère de généralité et de plasticité qui les rend malaisées d'accès ; mais elles correspondent à des objets bien tangibles, certes toujours différents. Il s'agit par exemple de comprendre que l'éparpillement de plusieurs tableaux de Ingres dans des zones très éloignées du musée (*espace disposé*) impose un parcours très improbable (*espace vectorisé*) au visiteur qui entend tirer profit du rapprochement entre deux toiles proposé par un cartel (*espace médiatisé*) et d'en tirer certaines conclusions sur la façon dont le musée aborde le monde de la peinture française (*espace représenté*) (17). Comme le montre l'exemple, c'est le fait que ces espaces interagissent et se déterminent toujours mutuellement, mais selon des figures infinies, qui rend indispensable ce niveau conceptuel de l'analyse. Bien entendu, il existe nombre de solutions différentes au problème ici décrit (tiré d'une étude antérieure) : déplacer les toiles, éliminer l'allusion présente sur le cartel, proposer des reproductions en situation de visite, etc.

Ce travail est marqué par une recherche constante de compromis entre deux définitions de la poétique, l'une comme grammaire des formes possibles, l'autre comme geste singulier de création, qui sollicite beaucoup les conceptions établies de la recherche : ce qui questionne incontestablement la prétention théorique de la recherche en communication. Mais, d'un autre côté, il occasionne un travail heuristique important de la part des chercheurs. Prenons ici un exemple unique, celui des reproductions d'œuvres, nommées dans le projet initial « œuvres phares ». Elles sont innombrables au sein du musée pour des raisons qui convoquent toutes les logiques de communication précédemment écrites. Il s'agit d'objets-signes qui condensent les enjeux de la marche en avant et restent tendus entre l'aura de l'œuvre et la reproductibilité du signe. Objets qui sont appelés à jouer un rôle très important dans les jalons d'une marche en avant, en vertu de leur capacité à évoquer, par métonymie, tout le monde du musée comme par anticipation (18). Or la recherche a montré qu'un travail méthodique pouvait s'organiser autour de ces images, dans la mesure où elles sont le lieu d'une dialectique entre identité et altération. Toujours les mêmes en tant que représentantes d'une œuvre, elles changent en permanence de fonction sémiotique (de signification et de modalité d'interprétation) en vertu des logiques de communication qu'elles servent, mais aussi des contextes dans lesquels elles s'insèrent, à la jonction entre un espace de représentation médiatisé par l'image photographique et un espace vectorisé par la marche en avant : le visiteur qui avance mobilise en même temps la *sémiosis sociale* (Veron, 1986) qui saisit et transforme en permanence les œuvres-signes. À l'entrée du musée, la reproduction d'œuvre participe à la représentation des ressources du musée et elle peut susciter une interrogation sur le projet de visite ; dans un point relais important, elle aide à se représenter la structure des collections et promet en quelque sorte un type de délectation ; au sein des séquences muséographiques, elle complète la perception d'un champ de l'art et de l'histoire ; face aux œuvres, elle se prête à tout le travail d'écriture de la médiation des savoirs. Partout, elle incarne une conception de l'art et sa charge idéologique.

Ces concepts dynamiques, destinés à accompagner un travail d'écriture en équilibre entre cohérence et créativité, doivent être eux-mêmes travaillés, appropriés, socialisés. Le but des chercheurs, en les proposant, n'est pas de donner des leçons aux acteurs des musées, mais de développer des ressources pour penser ensemble les exigences et les enjeux d'un geste de médiation.

## LA MÉDIATION DES MÉDIATIONS

La mise en place de ces concepts médiateurs, pour penser la médiation dans un espace complexe comme le Louvre, nous a amenés à interroger notre propre posture et notre forme d'implication dans le projet. Si la production d'une « charte éditoriale de la médiation » a révélé la nécessité de

travailler de concert avec les équipes du musée du Louvre, cette collaboration particulière et notre fréquentation assidue « des murs de la DPPEA » nous ont amenés à produire au-delà de principes de médiations propres au projet une réflexion sur la médiation de la médiation.

Ceci est lié à la dimension problématique de la notion de médiation qui s'accroît dans le cadre d'une recherche-action. En effet, ce cadre, bien spécifique, amène le chercheur à faire se rencontrer son approche de la médiation, elle-même liée à une théorie de la communication, avec celles qui circulent dans l'institution et qui sont mobilisées, tant par les professionnels de la médiation conçue comme un métier (sont considérés comme médiateurs les acteurs de la DPPEA qui conçoivent les dispositifs de médiation du musée) que par les acteurs de conduite d'un projet défini politiquement comme affectant la posture du musée. On voit plus précisément se confronter trois définitions de la médiation : la première qui circule au sein de l'espace académique des sciences de l'information-communication et de façon plus partielle en sociologie de la culture ; la seconde qui appartient à la culture professionnelle des médiateurs et définit leur modèle professionnel (19) élaboré dans le temps long ; la troisième qui émane de l'organisation opérationnelle d'un projet de grande ampleur, à certains égards industriel, et qui exprime une division du travail organisationnel. En d'autres termes, la pratique de la recherche est immédiatement en prise avec le statut multiple de la médiation, pratique institutionnelle, geste militant et concept scientifique (Bordeaux, 2003 ; Thonon, 2004 ; Caune, 2010). Ainsi « la mixité des savoirs mobilisés ne vient pas que du chercheur, elle vient du terrain lui-même, des situations dans lesquelles il est plongé. Sur le terrain, le chercheur ne peut maîtriser la signification des situations de communication, qui engagent d'autres acteurs que lui-même, et dont le sens global ne peut être revendiqué par une seule des parties. » (Le Marec, 2002). Il s'agit donc de s'interroger sur un travail de co-construction du sens donné à la médiation et s'incarnant dans un objet particulier : « la charte éditoriale de la médiation ». En effet, il a été question de concevoir, à travers cet objet, à la fois, une conceptualisation des formes de médiation amenant à produire un document de référence général, et une réflexion sur les formes de médiation à l'égard des acteurs du Musée : en d'autres termes une médiation des médiations.

Le chercheur qui produit cet objet particulier est amené lui-même à adopter une démarche de médiation, pour trouver en quelque sorte un langage commun et surtout des outils partageables susceptibles de faire le lien, entre les approches des deux catégories d'acteurs (académiques et muséaux) impliqués dans le processus de travail. Ce constat initial et essentiel entraîne deux déplacements, que l'équipe a compris et intégré à la stratégie de recherche progressivement (sans en avoir initialement une conscience claire). D'une part, on sort clairement de la logique du « produit » ou du « livrable » dont les chercheurs seraient les seuls auteurs, et dont on pourrait mesurer, a posteriori, la conformité avec la « commande », au bénéfice de l'élaboration dialoguée d'un dispositif de médiation qui doit intégrer les savoirs produits par la recherche (20). D'autre part, la dimension de l'ingénierie documentaire devient déterminante dans cette polyphonie : en effet, il s'agit bien d'inventer un dispositif info-communicationnel, un complexe documentaire permettant la circulation des idées, principes et façons de faire ; d'abord entre les chercheurs et les acteurs de la médiation, puis entre les multiples contributeurs du projet Pyramide au sein des différents services du musée. L'importance de ce travail de recherche de la bonne forme documentaire hybride (Couzinet et Courbières, 2011) dans une communication à la fois spécialisée et polyphonique est apparue peu à peu. Elle a conduit à chercher des formes textuelles, des genres discursifs, des supports manipulables qui s'apparentent à la logique de la « vulgarisation exigeante » - sans entrer dans la typologie des genres de discours habituellement associés à la divulgation médiatique (Jacobi, 1999).

En réalité, l'importance de cette invention de formes documentaires écrites ne doit pas surprendre les chercheurs, même s'ils ne l'avaient pas anticipée, puisqu'elle s'est déjà manifestée sur beaucoup de terrains. On retrouve dans cette ingénierie destinée à créer une écriture des médiations de la médiation la propriété des formes écrites qui, capables de circuler dans une organisation, peuvent se



décontextualiser et se recontextualiser sans cesse, ce qui est précisément un moyen de concilier la permanence d'éléments de grammaire avec la singularité des gestes créatifs. La propriété qu'a l'écrit de délier une relation de son contexte et donc de permettre de multiples auctorialités, celle-là même qui gênait Platon, l'adapte à une relation à la fois distanciée et dialoguée avec le terrain.

Dès lors, il est nécessaire de s'interroger avant tout sur la polychrésie (21) du terme de médiation afin de bien saisir le travail d'ajustement réalisé, pour ensuite aborder la nature des outils déployés ainsi que leur auctorialité. L'analyse portera donc d'abord sur les textes produits pour définir le cadre institutionnel de l'action, avant de se centrer sur la production documentaire réalisée.

### *De la médiation aux médiations, une notion polychrétique*

Nous l'avons vu, la médiation peut se décliner selon plusieurs niveaux : il faut partir de la façon dont le terme « médiation » circule au sein du musée du Louvre pour comprendre comment le concept des Sciences de l'Information et de la Communication peut intervenir.

Un système de médiation est défini par les textes institutionnels du Louvre, comme un « ensemble constitué de dispositifs et des contenus de médiations tels qu'ils permettent de répondre aux objectifs définis dans le programme "Réinventer la médiation" - Octobre 2010 » (22). Cette première définition donnée dans le cadre du contrat de recherche est ainsi exprimée en référence à un modèle hypertextuel du musée comme espace où des points de passage distribuent des réseaux de parcours possibles. Sa définition est le résultat d'un travail de réflexion mené en amont et publié dans un document figurant en annexe du contrat. Ainsi la médiation est présentée comme une donnée complexe, voire comme un concept (23), elle est déjà le fruit d'une démarche réflexive et relève d'une polyphonie assumée de la part des acteurs du Louvre. Cela vient signifier la posture de l'institution culturelle comme celle d'un acteur engagé et au centre d'une réflexion sur son propre rôle dans l'espace public.

Ce concept institutionnel de médiation est ensuite décliné, dans le cadre du projet Pyramide, à partir de plusieurs éléments : le *discours* de médiation, les *espaces* de médiation, mais encore les *supports* du discours de médiation. Ce qu'il est important de noter, c'est la séparation qu'instituent les documents opérationnels (le contrat) entre le « Nouveau discours de médiation », dont sont chargées les équipes du musée du Louvre, et les « supports du discours de médiation », réalisés par des prestataires extérieurs, et ce de façon parallèle. Même si elle est pour le musée une idée synthétique et politique, une fois devenue opérationnelle, la médiation obéit à une logique de division du travail et à des contraintes dictées par la mise en place d'un document contractuel.

La répartition méthodique du travail signifie alors la séparation entre support et discours, et laisse apparaître un troisième acteur : les auteurs de cet article. Ces derniers, travaillant en étroite collaboration avec les équipes de la DPPEA ont alors pour vocation d'accompagner le Louvre dans son travail en créant « une charte éditoriale de la médiation ». On se retrouve alors dans une situation où la forme du fond et la forme du support sont réparties entre deux prestataires extérieurs, impliqués dans « l'aventure » avec des statuts différents.



Figure 1 : Organigramme autour du terme de "médiation", construit par les auteurs de l'article suite à une analyse du contrat de la mission.

Cette lecture rapide du contrat nous amène à nous interroger sur notre propre posture. En effet, entre la réponse à l'appel d'offre et l'appropriation des termes du contrat il nous a fallu interroger la médiation à plusieurs niveaux et surtout à travers un prisme communicationnel.

### *La médiation, un principe communicationnel ouvert, à la rencontre d'un cadre contractuel*

Afin de comprendre comment peuvent s'articuler ces conceptions de la médiation en une *médiation de la médiation*, nous allons désormais nous focaliser sur l'ensemble des productions réalisées par les auteurs de cet article. En effet, cette démarche médiationnelle de production de savoirs et d'écrits orientés vers l'action prend corps à travers un ensemble de documents dont le rôle essentiel est de structurer l'espace qui conduit de la division opérationnelle du travail (supports/discours), nécessaire mais insatisfaisante, à une démarche dynamique et poétique permettant aux acteurs d'ajuster leur écriture entre cohérence du discours, pertinence des situations locales et inventivité des écritures.

| <u>Documents</u>                         | <u>Situations de communication</u>  | <u>Publics</u>                                    | <u>Formes documentaires</u>  |
|--|---|---|--|
| Note méthodologique                      | Document contractuel  | Les commanditaires du projet                      | Déclaration d'intention  |
| Charte éditoriale de la médiation V1     | Document contractuel  | Les commanditaires du projet                      | Document présentant les grands principes                           |
| Guide méthodologique V1                  | Document ajouté pour montrer la nécessité de la co-construction de certains principes | Les commanditaires du projet                      | - Document avec des fiches spécifiques par thématiques transverses |
| Fiche synthétique                        | Fait de concert avec l'équipe pilote en interne et présenté en réunion de service     | Les équipes du service éducatif                   | - Une feuille A3 présentant les grands principes de la charte      |
| Schéma de Marche en avant                | Fait de concert avec l'équipe pilote en interne et présenté au séminaire              | Les participants du séminaire : conservateurs     | - Schéma reprenant un scénario type de visite                      |
| Mémo - Charte éditoriale de la médiation | Fait de concert avec l'équipe pilote en interne et présenté au séminaire              | Les commanditaires du projet et les conservateurs | - Feuille A4 avec quelques définitions                             |

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
| Charte éditoriale de la médiation V2                       | Document contractuel demandé dans le contrat : fait partie du rendu final | Les commanditaires du projet et les conservateurs | Charte avec des grands principes   |
| Fascicule expliquant l'utilisation du guide méthodologique | Documents ajoutés par l'équipe et formant le rendu final                  | Les commanditaires du projet et les conservateurs | Mode d'emploi du guide méthodologique : fiches techniques, notices explicatives                      |
| Fiches techniques du guide méthodologique                  | Documents ajoutés par l'équipe et formant le rendu final                  | Les commanditaires du projet et les conservateurs | 6 fiches opérationnelles : principes, mode d'emploi, conseils d'utilisation, outil vierge à déployer |
| Notices explicatives du guide méthodologique               | Documents ajoutés par l'équipe et formant le rendu final                  | Les commanditaires du projet et les conservateurs | 6 fiches explicatives : principes, illustration. Mises en application des fiches techniques.         |

Figure 2 : liste des productions documentaires

Il faut dès lors distinguer trois types de documents :

- tout d'abord les *documents contractuels* (note méthodologique, structure de la charte éditoriale, documents organisationnels de gestion de projet, charte éditoriale de la médiation), ceux qui répondent à la commande initiale ;
- ensuite les *documents intermédiaires*, et plus spécifiquement créés dans une démarche de médiation auprès des médiateurs du Louvre (fiche synthétique explicitant les grands principes à l'origine de la charte) et des conservateurs (le schéma de marche en avant, dont le principe est explicité plus haut) ;
- enfin des *suppléments au contrat*, c'est-à-dire des documents venant s'ajouter à la « charte éditoriale de la médiation » (un guide méthodologique et des notices explicatives qui donnent des outils techniques permettant de mettre en place les grands principes de la charte).

Cette pluralité de documents hétérogènes est liée à notre posture d'acteurs impliqués et vecteurs d'implication dans le processus d'élaboration de la « charte éditoriale de la médiation ». Cette dernière est, d'un côté, le fruit d'un travail d'ajustements, liés aux différents acteurs impliqués dans la mission mais aussi dans la finalité du projet ; de l'autre côté, elle actualise la complexité et la polychrésie de la notion de médiation.

Afin de constituer une « charte éditoriale de la médiation » pour le projet Pyramide, nous avons donc tout d'abord élaboré des principes clés, permettant à terme de constituer l'armature normative du projet. Ces éléments ont pris corps dans la note méthodologique sous la forme de déclaration d'intention et de mise en place de grands principes. Après l'ajustement et la validation de ces principes de méthode ces orientations ont été « fixées » dans les différentes versions intermédiaires de la « charte éditoriale » tout en étant explicitées aux équipes avant d'être finalisées et détaillées dans la charte éditoriale et les fiches synthétiques. La réalisation d'une fiche synthétique, outil de communication entre l'équipe des chercheurs et médiateurs et les autres acteurs du musée, a joué un rôle essentiel dans cette phase de publicisation et d'ajustement du cadre d'écriture. S'il n'était pas question ici de normaliser la médiation mais plutôt d'en proposer une approche poétique, c'est à dire une approche permettant d'offrir d'un côté une grammaire des formes tout en permettant une démarche créative, c'est la nature polychrétique de la médiation et la spécificité du musée concerné qui nécessitaient la formalisation d'éléments structurants. « On le voit, dès qu'elle est contextualisée, dès lors qu'elle est située, la définition qui paraissait pouvoir faire consensus éclate pour désigner des réalités très différentes. » (Davallon, 2004 [2] : p. 38). D'un bout à l'autre de ce processus, c'est la

recherche de la bonne forme documentaire qui guide le passage de la conceptualisation à l'action, dans la mesure où le document est le moyen d'élaborer un cadre qui pourra être pratiqué, ajusté, altéré. Aussi cette démarche de médiation pose-t-elle la question de l'auctorialité et des acteurs impliqués dans chacune de ces formes documentaires, qui elles-mêmes sont porteuses d'une représentation de la communication et notamment de sa dimension programmatique sous forme de projet. C'est la mise en évidence des logiques d'acteurs et d'auteurs qui permet alors de bien comprendre les différents niveaux de la médiation déployée ici.

### *La médiation comme processus d'ajustement et comme condition de possibilité : le rôle de l'économie organisationnelle des écritures*

Il n'est pas question ici de revenir sur l'ensemble des principes structurants que nous avons énoncés dans la charte. Ce qui nous intéresse dans le cadre de cet article est d'adopter une posture réflexive sur notre rôle au musée du Louvre dans un contexte bien particulier : la réponse à une commande émanant d'un marché de prestation intellectuelle. Comme on l'a vu plus haut, cette commande au départ « classique », d'une institution culturelle vers un prestataire universitaire visait à produire un document unique, une « charte éditoriale de la médiation » avec une double vocation : tout d'abord celle d'être ce qu'on nomme en SIC un *tiers symbolisant* (Quéré, 1982), un ensemble de principes et de formes auxquelles peut se référer l'ensemble des acteurs du Musée ; ensuite de concrétiser et réaffirmer le rôle d'un département et plus largement d'un corps de métiers, des médiateurs. Cette charte venait réasseoir la position d'auteur partiel des médiateurs dans le Musée, au côté, notamment, des conservateurs (24).

Or, c'est sans doute cette pluralité des enjeux liés à la médiation, en tant que champ de compétences, de métiers et de concepts déployé par des médiateurs et par des chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication, qui nous a amenés à adopter une posture particulière. Pour bien comprendre le travail d'ajustement du chercheur qui a été nécessaire, nous déploierons ici la panoplie documentaire mise en place pour arriver à produire *in fine* « la charte éditoriale de la médiation », à travers une démarche de médiation de la médiation que nous avons décrite précédemment.

Le premier élément clé pour bien comprendre l'enjeu de notre mission est le déroulement opérationnel : rapidement nous avons compris que sa réussite dépendait d'une implication particulière de notre part et de la mise en place d'un dialogue constant avec l'équipe référente au sein du Musée du Louvre. La charte devait être une « co-production » et ce pour plusieurs raisons. La première est la dimension politique de ce discours : par-delà la médiation il engage la communication, au sens large du terme, du musée. « Bien plus que forme donnée à la diffusion publique du produit artistique, la communication est stratégie de légitimité de l'institution culturelle, elle est manifestation d'un certain type de rapport social établi avec un certain type de public, enfin elle exprime un point de vue sur l'objet même qu'elle tente d'insérer dans l'espace social. » (Caune, 1991 : p 3) La « charte éditoriale de la médiation » et le projet Pyramide assumant de s'adresser au « grand public » il s'agit clairement d'un document politique. Ensuite la charte devait toucher à des concepts et notions relevant de compétences professionnelles développées et discutées en interne. Ainsi, la typologie des publics que nous avons déployée dans un premier temps s'est vue rejetée par les équipes de la DPPEA : nous proposons à ce sujet une typologie fondée sur des scénarios des pratiques, fortement inspirée d'un travail antérieur réalisé pour les équipes multimédias du Musée, mais éloignée de l'héritage des études de publics développées par la DPPEA et proches de la sociologie des publics. Ce rejet, venait montrer, une nouvelle fois, la nécessité de construire des interprétants communicationnels pour éviter une simple juxtaposition des procédés, et le sentiment pour les équipes de se voir proposer un outil parmi d'autres, relevant de leur compétence et produit

en externe. Il mettait aussi en évidence l'utilisation d'objets similaires mais avec une multiplicité des approches au sein même du musée.

D'un autre côté certains éléments relevant de notre propre expertise ont nécessité un travail de médiation et d'ajustement avec l'idée de construire des interprétants communicationnels pour les différentes parties prenantes : la logique méta communicationnelle est devenue la logique contractuelle, et la notion de vulgarisation a servi de repère dans le dialogue. Le premier changement est venu d'une demande de nos interlocuteurs de simplifier notre vocabulaire, trop complexe, avec l'idée qu'il serait un frein à une appropriation future au sein du musée. Quant à la notion de vulgarisation, c'est nous-même qui avons fait le choix de l'employer, reprenant la question de la vulgarisation exigeante développée dans le programme *Penser la médiation*. Ces deux ajustements ont donc été à l'initiative des deux parties et illustrent parfaitement la nécessité de trouver un vocabulaire commun entre deux sphères professionnelles différentes. Dans le premier cas, il s'agissait d'une difficulté d'appropriation de vocabulaire par une partie des équipes du musée – une expression propre à notre discipline universitaire et ne faisant pas sens pour elles –, et dans le second cas il s'agissait *a contrario* d'utiliser une terminologie commune, en mettant de côté la dimension foncièrement problématique de la vulgarisation en Sciences de l'Information et de la Communication. En effet, si c'est sur cette notion que s'est construite au départ la discipline, elle est aujourd'hui remise en question. Si certains pensent qu'elle est l'occasion d'une mythification de la science, pour d'autres elle décrit une réalité révolue depuis la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, au profit d'une communication scientifique publique et de sa publicisation, d'autres encore y voient, dans la même lignée, la marque d'un biais idéologique. Si nous avons malgré ces remises en questions utilisé le terme de vulgarisation, c'est que nous souscrivons à sa dimension heuristique. En effet, si la vulgarisation est liée à une formulation idéologique de la science elle est aussi l'occasion du développement d'une poétique des discours et c'est cette dimension qui semblait déterminante sur le terrain.

Enfin, c'est le déploiement d'une panoplie documentaire avec des documents dont la vocation était purement médiationnelle qui est venu nourrir et s'ajouter à la charte. Nous avons produit des fiches synthétiques sur des questions cruciales venant renforcer la charte avec notamment des outils pouvant être utilisés par les équipes, mais aussi des exemples d'applications de ces outils. Aussi, la situation dans laquelle nous étions nous a-t-elle amenés à aller au-delà de la création d'un élément purement symbolique et normatif en allant vers la mise en place d'une ingénierie documentaire à visée pragmatique.

Ces différentes stratégies médiationnelles déployées nous renvoient à la question de l'auctorativité. Pour chacun des documents produits il y a polyphonie, mais à des degrés différents et en fonction d'une situation particulière : ainsi le schéma de marche en avant, basé sur un modèle déployé en interne s'est vu enrichir de notions déployées par la charte. Aussi la conception de ces différents éléments signifie-t-elle la nécessaire posture de *médiateurs de la médiation* occupée par les auteurs de cet article : plus largement, elle amène à s'interroger sur la possibilité de construire un document de référence sur la médiation dans une institution particulière sans adopter une démarche réflexive.

## CONCLUSION

Les leçons à tirer de cette *recherche-communication-action*, si l'on ose l'expression, sont multiples. Nous soulignerons seulement pour finir les effets heuristiques de ce processus pour les deux parties engagées, acteurs du musée et chercheurs. Pour l'équipe de recherche, ce retour sur ses pratiques prolonge avant tout le questionnement élaboré en SIC sur la réflexivité que les chercheurs doivent exercer dans leur relation aux acteurs dits « de terrain », au double plan des savoirs produits et des modalités d'écriture (Le Marec, 2002). C'est aussi la source d'une réflexion sur la structure même

des recherches en communication culturelle, à partir de la multiplicité des formes d'écriture et des enjeux qui traversent le musée. La démarche a aussi conduit, d'une façon qui n'était pas anticipée dans la proposition de recherche, à constater à quel point la production documentaire et l'adoption d'une écriture de recherche originale (à la croisée de la structure informationnelle et de la démarche de communication) était cruciale si l'on entendait parler, en SIC, de recherche-action : il s'agit bien en effet d'une situation particulière pour la polyphonie du texte de recherche, qui en l'occurrence constitue moins une monographie qu'une polygraphie (Jeanneret, 2004 ; Jeanneret et Meeùs, 2012). Enfin, c'est une réflexion sur la relation entre processus de communication global et spécificité de l'écriture située au contact des publics et des œuvres qui ouvre une voie d'approfondissement théorique dans les études de médiation culturelle.

Pour les acteurs professionnels de la médiation, et d'après les nombreux échanges liés au projet et à la lecture d'une version provisoire de cet article, l'expérience apporte avant tout une réflexion sur la relation qui s'établit entre la conceptualisation du processus de communication et la dimension poétique de l'écriture dans un cadre politiquement défini. Une telle entreprise engage un retour sur l'économie générale des écritures dans le musée qui s'avère radicale, interrogeant les normes et latitudes de tous les acteurs. L'expérience est aussi une étape dans la capacité de l'institution à voir et reconnaître la spécificité du travail communicationnel et des écritures de médiation, qui tient beaucoup aux nombreuses situations dans lesquelles médiateurs et chercheurs ont eu à communiquer ensemble sur le projet avec les différents métiers (25). Enfin, le travail pour penser un dispositif médiatique à partir de la marche en avant du visiteur renvoie au musée avec insistance le besoin d'explicitier le monde qu'il entend représenter.

Les outils élaborés dans la collaboration entre médiateurs professionnels et chercheurs en SIC continueront donc d'évoluer et de définir peu à peu leur impact, leur sens et leurs limites.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Babou, Igor. 2008. Dir. « Images et sciences », *Communication & langages*, n° 157.
- Barthes, Roland. 2002 [1960]. « Écrivains et écrivains », dans *Œuvres complètes*, vol II, p. 403-410. Paris : éditions du Seuil.
- Bordeaux, Marie-Christine. 2003. « La médiation culturelle dans les arts de la scène ». Thèse de doctorat, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.
- Bouquillion, Philippe ; Miège, Bernard ; Mœglin, Pierre. 2013. *L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles*. Grenoble : PUG.
- Boure, Robert. 2000. « L'interdisciplinarité en débat », *Sciences de la société*, n°50-51, mai 2000, p. 5-19.
- Caune, Jean. 2010. « Les territoires et les cartes de la médiation ou la médiation mise à nu par ses commentateurs », *Les Enjeux de l'information et de la communication*. <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2010-dossier/Caune/Caune.pdf>
- Caune, Jean, 1991. « De l'influence de la communication sur la diffusion artistique », *Études de communication*, n°12, p.97-114.
- Couzinet, Viviane. 2009. *Dispositifs info-communicationnels : questions de médiations documentaires*. Paris : Hermès.
- Couzinet, Viviane ; Courbières, Caroline. 2011. Dir. *Médiations et hybridations : construction sociale des savoirs et de l'information*. Actes du colloque Mussi. Toulouse : Université de Toulouse.



- Davallon, Jean. 2004. « Objet concret, objet scientifique, objet de recherche », *Hermès*, n° 38, p. 30-37.
- Davallon, Jean. 2004. « La médiation : la communication en procès ? ». *MEI « Médiation et information »*, n°19, p. 37-59.
- Davallon, Jean. 1999. *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris : L'harmattan.
- De Certeau, Michel. 1990 [1980]. *L'invention du quotidien - 1 Arts de faire*. Paris : Folio.
- Jacobi, Daniel. 1998. « Communiquer par l'écrit dans les musées », dans Schiele, B. & Koster, E. (dir.), *La révolution de la muséologie des sciences ; des musées pour le XXIe siècle*, p. 260-285. Lyon : PUL.
- Jacobi, Daniel. 1999. *La communication scientifique : scientifique : discours, figures, modèles*. Grenoble : PUG.
- Jacobi, Daniel ; Jeanneret, Yves. 2007. Dir. « Textes et lectures dans les collections au musée du Louvre : enquête qualitative conduite auprès d'un échantillon aléatoire et raisonné de visiteurs du musée », *Rapport d'étude, Laboratoire Culture et communication, pour la Direction des Publics du Musée du Louvre*.
- Jeanneret, Yves. 2011. *Where is Monna Lisa et autres lieux de la culture*. Paris : Cavalier bleu.
- Jeanneret, Yves. 2008. *Penser la trivialité : la vie triviale des êtres culturels*. Paris : Hermès.
- Jeanneret, Yves. 2004. « Une monographie polyphonique : le texte de recherche comme appropriation active du discours d'autrui », *Recherches en communication*, n° 27, p. 57-74.
- Jeanneret, Yves ; Depoux Anneliese ; Luckerhoff, Jason ; Vitalbo, Valérie ; Jacobi, Daniel. 2010. « Written Signage and Reading Practices of the Public in a Major Fine Arts Museum », *Museum Management and Curatorship*, n°25-1, p. 53-67.
- Jeanneret, Yves ; Meeùs, Nicolas. 2011. Dir. *Que faisons-nous du texte ?* Paris : PUPS.
- Lambert, Frédéric. 2007. *L'écriture en recherche*. Paris : Parcours.
- Le Marec, Joëlle. 2002. « Situations de communication dans la pratique de recherche : du terrain aux composites », *Études de communication*, n°25, p. 15-40.
- Le Marec, Joëlle. 2002. « Ce que le "terrain" fait aux concepts : vers une théorie des composites », mémoire pour l'habilitation à diriger les recherches, Université Denis Diderot.
- Le Marec, Joëlle. 2007. *Publics et musées : la confiance éprouvée*. Paris : L'Harmattan.
- Le Marec, Joëlle ; Topalian, Roland. 2003. « Énonciation plurielle et publication de la parole du public en contexte muséal : le cas de "La tribune des visiteurs" », *Communication & langages*, n°135, p. 12-24.
- Lesaffre, Gaëlle ; Jeanneret, Yves. 2010. « Les nouvelles salles d'art grec : enquête sur la compréhension du parcours d'exposition et l'usage des éléments de médiation écrite par les visiteurs du Louvre », *Rapport d'étude, Équipe culture et communication du Centre Norbert Elias pour la Direction de la Politique des Publics et de l'Éducation artistique, Musée du Louvre*.
- Ollivier-Yaniv, Caroline. 2008. « La communication comme outil de gouvernement : définition et enjeux de la politique des discours », mémoire pour l'habilitation à diriger les recherches, Université Paris Val-de-Marne.
- Poli, Marie-Sylvie. 2002. *Le texte au musée : une approche sémiotique*. Paris : L'Harmattan.
- Quéré, Louis. 1982. *Des miroirs équivoques ; aux origines de la communication moderne*. Paris : Aubier-Montaigne.

Rondot, Camille. 2012. « Le prix comme manifestation d'une légitimité politique : la médiatisation de l'évaluation sur le site Internet de l'Unesco comme élément performant », Colloque international : « La médiatisation de l'évaluation », Paris, 15-16 mars 2012

Souchier, Emmanuël. 1998. « L'image du texte : pour une théorie de l'énonciation éditoriale », Cahiers de médiologie, n°6, p. 137-145.

Veron, Eliseo. 1986. La sémiotique sociale : fragments d'une théorie de la discursivité. Saint-Denis : Presses universitaires de Vincennes.

Walter, Jacques. 1995. Directeur de communication : les avatars d'un modèle professionnel. Paris : L'Harmattan.

## NOTES

(1) « La marche en avant » est une expression utilisée par les équipes de la DPPEA (Direction de la politique des publics et de l'expression artistique), elle envisage le musée à travers la définition de scénarii types de visite.

(2) Le projet Pyramide est un projet de refonte de l'accueil du Louvre.

(3) L'expression ne désigne pas une méthode précise, telle qu'elle a pu être décrite par exemple par la psychologie sociale, mais une formulation commode pour prendre en compte le fait que le travail de production de concepts et d'écriture se déploie entre les deux visées de la recherche et du projet. Donner un contenu communicationnel au trait d'union entre recherche et action est précisément l'objet de cet article.

(4) Il ne s'agit nullement d'une division étanche du travail : la dynamique du projet est fortement tributaire de la réflexion des chercheurs et de l'initiative des acteurs du musée, mais tout autant de la réflexion des acteurs et de l'action des chercheurs, les unes et les autres médiatisées par diverses formes de communication organisationnelle qui sont décrites ci-dessous.

(5) Nous retenons cette formulation, librement inspirée de Frédéric Lambert (2007) pour ne pas circonscrire l'analyse à ce qu'on peut nommer l'écriture *muséographique*, celle qui concerne la réalisation de dispositifs d'exposition, l'écriture *muséologique*, celle qui élucide le fonctionnement sémiotique de tels dispositifs ou l'écriture *muséale*, celle qui porte le discours de l'institution. Comme on le verra, la gamme des écritures concernées inclut ces trois modalités mais elle est plus large dès lors qu'on décide d'accompagner le public dans sa « marche en avant ». C'est bien entendu le fait que le musée propose une démarche *en musée* non réduite à une démarche *muséologique* qui a suscité l'intérêt et l'engagement de l'équipe de recherche.

(6) La catégorie, empruntée à Barthes (2002 [1960]) prend un sens particulier dans le cadre de l'analyse des pratiques organisationnelles pour désigner tous ceux qui, identifiés ou non comme auteurs et communicants, élaborent les discours et les écrits institutionnels (Ollivier-Yaniv, 2008 : 30).

(7) La formule renvoie à la problématique proposée par Viviane Couzinet (2009).

(8) Notamment en ce qui concerne la circulation des textes (Jeanneret, 2008) et la genèse des prétentions de médiation des institutions culturelles et politiques (Rondot, 2012).

(9) Direction de la Politique des Publics et de l'Éducation Artistique

(10) Depuis 2008 Direction de la politique des publics et de l'éducation artistique (DPPEA)

(11) Pour les principaux résultats théoriques de cette étude, cf. (Jeanneret et al., 2010)

- (12) Notion empruntée à Emmanuel Souchier (1997). Par exemple, le document n'est pas signé par les acteurs de la médiation mais il exprime une grande part des idées qui émanent du service.
- (13) *Réinventer la médiation*, 2010, CR 8. Le passage concerne le Centre de ressources, l'équipe de recherche a proposé de l'étendre à l'ensemble des écrits.
- (14) Par exemple l'étude sur la nouvelle muséographie des collections grecques (Lesaffre et Jeanneret, 2010) a montré le caractère déterminant de la disposition des œuvres dans l'appropriation des textes de médiation par le public.
- (15) Subdivisions proposées dans le projet Pyramide : les Points d'Accueil Relais viennent apporter des informations sur un ensemble de salles et les séquences muséographiques sont des unités muséographiques particulières dans ces ensembles.
- (16) Sur cette notion cf. (Boure, 2000)
- (17) Exemple tiré de l'étude des textes au musée (Jacobi et Jeanneret, 2007).
- (18) L'étude déjà mentionnée (Jacobi et Jeanneret, 2007) met en évidence par exemple l'omniprésence des reproductions photographiques de la Joconde et les multiples pratiques auxquelles celles-ci donnent lieu ; cf. aussi (Jeanneret, 2011).
- (19) Notion entendue dans le sens que lui donne Jacques Walter (1995).
- (20) Cf. pour une démarche comparable (Le Marec et Topalian, 2003)
- (21) Yves Jeanneret, *Penser la trivialité*
- (22) Extrait de l'appel à marché public.
- (23) Il est important de souligner que, si un concept ne désigne pas le même type de production dans la politique de l'institution et en recherche, il s'agit bien dans les deux cas de la construction d'une théorie de la communication.
- (24) Ceci s'insère dans une problématique plus large d'identité professionnelle : une étude a par ailleurs été menée au sein du musée du Louvre sur cette question.
- (25) De ce point de vue, on peut rapprocher l'expérience du dialogue qui s'institue entre professionnels de la communication et chercheurs autour de la gestion des images scientifiques (Babou, 2008).