



Le ministère de la Culture présente

VIE DES MUSÉES

TEMPS DES PUBLICS

AUTRES TEMPS ? AUTRES LIEUX ?
GARDER LE CORPS À L'ESPRIT ?
ENGAGER LE DÉBAT ?
LE MUSÉE INDISCIPLINÉ ?

RÉINTERROGER LES PRATIQUES
DE MÉDIATION DANS LES MUSÉES

COLLOQUE 21.22.23. JUIN 2017
PARIS ET ILE-DE-FRANCE 50 MUSÉES PARTENAIRES

Julie Botte

THEMATIQUE 1 : AUTRES TEMPS ? AUTRES LIEUX ?

Atelier 1.4 : Propos du musée et parcours muséographique

Colloque « Vie des musées – Temps des publics »

22 juin 2017

Les échanges au sein de l'atelier-action sur le propos du musée et le parcours muséographique se sont centrés plus particulièrement sur la médiation écrite. Les discussions se sont focalisées sur ce type de médiation spécifique, la considérant indépendamment des dispositifs de médiations, humaines ou numériques, qui viennent généralement la compléter.

La fonction de communication du musée se déploie principalement à travers ses expositions, permanentes ou temporaires, *in situ* ou hors-les-murs. La spécificité du langage muséal est de reposer sur la mise en espace des objets. S'il ne représente *a priori* pas le cœur du propos muséal, l'écrit est toutefois très présent et participe pleinement à la construction du discours et à sa transmission auprès des visiteurs. Les textes constituant la médiation écrite sont répartis par Daniel Jacobi en trois groupes : tout d'abord l'avant-texte, incluant les informations dont les visiteurs ont connaissance avant l'exposition (site internet, flyer, affiche, dossier de presse), ensuite l'endo-texte, comprenant la médiation intégrée au discours de l'exposition et indissociable de celui-ci (panneau de salle, étiquette/cartel, signalétique), et enfin l'exo-texte, composé d'éléments ajoutés en supplément, facultatifs, amovibles et mobiles, que l'on peut utiliser ou non (dépliant, plan, feuillets, application mobile, audioguide). Plusieurs niveaux de textes peuvent être distingués dans le musée : le panneau d'introduction et de conclusion d'une section ou du parcours, le panneau de salle, le panneau thématique, le cartel identificatoire, le cartel développé et le cartel de regroupement. Les écrits accompagnent la narration de l'exposition ainsi qu'ils décrivent l'histoire particulière des objets exposés, en tant qu'unités s'intégrant dans un plus vaste ensemble.

L'écrit au musée pose de nombreuses questions. Comment intégrer les textes à la mise en récit des collections ? Quelle est la place de l'écrit dans les expositions ? Comment agencer et mettre en espace les textes ? Les écrits doivent-ils être placés au centre de la muséographie, sont-ils indispensables, ou à l'inverse, doivent-ils marginalisés, voire bannis ? Si les textes sont présents, comment en tirer le meilleur parti et quelles sont les règles à respecter ?

L'atelier a été organisé autour de deux tables rondes suivies d'une mise en situation dans les salles du Musée d'art et d'histoire du Judaïsme dont le parcours muséographique d'origine est en train d'être entièrement repensé. Le premier axe était orienté sur l'organisation en présentant les choix méthodologiques, d'équipe et de ligne éditoriale des musées intervenants. Le second axe explorait l'idée d'une narration au service de l'expérience du visiteur. Les visiteurs constituent en effet les destinataires du discours muséal et sont donc au cœur des préoccupations.

Les professionnels issus d'institutions réfléchissant à une refonte de leur parcours se heurtent à des problèmes similaires concernant la place de l'écrit dans le musée. Les difficultés

rencontrées lors de la réalisation des panneaux et des cartels concernent d'une part leurs contenus, donnant des informations satisfaisantes mais succinctes, accessibles mais rigoureuses, et d'autre part leur agencement dans l'espace, facilement repérable et lisible, en plusieurs langues, n'encombrant pas l'espace d'exposition ou les vitrines.

La réalisation d'une grille d'écriture et de recommandations apparaît comme un élément indispensable pour assurer la cohérence des textes et avoir un socle de base commun à tous les rédacteurs. L'élaboration d'outils de référence issus des différentes expériences permet de capitaliser le temps investi, de s'inspirer des projets réussis et d'apprendre des points faibles. La charte éditoriale conçue par le musée du Louvre, s'inspirant notamment des règles d'écriture énoncées par Georges Orwell, dans le cadre de la réécriture des textes du musée sera ainsi mise en ligne et librement téléchargeable sur le site internet. Le dialogue entre les services éducatifs et scientifiques semble être la clé de la réussite du projet, assurant des contenus de qualité mais accessibles aux non-spécialistes. Selon Daniel Jacobi, les quatre catégories de grammaire de textes que l'on trouve dans les musées sont le plus fréquemment celles descriptives et explicatives, et plus rarement celles narratives et injonctives. Des questions essentielles lors de la rédaction sont celles de savoir à qui les textes s'adressent et comment les écrire. Le musée doit avant tout définir qui est son public. La pluralité évidente des visiteurs, du primo-visitateur à l'amateur, rend le discours difficile à concevoir. Comment communiquer et transmettre efficacement face à des visiteurs dont les profils sont multiples et difficiles à cerner ? Les contenus devraient être compréhensibles sans prérequis. Selon Irene Baldriga, le discours doit être à la fois cohérent et impliquant. La cohérence des textes est bien entendu indispensable mais ils devraient idéalement pouvoir être lus indépendamment les uns des autres. L'écrit participe à la contextualisation des objets. Certaines muséographies place les textes en marge de la scénographie pour privilégier une approche esthétique des collections dans laquelle les objets se trouvent être presque entièrement décontextualisés. La médiation humaine tente alors de compenser ce manque d'informations mais elle ne peut toucher l'ensemble des visiteurs. L'écrit, à l'aide notamment des cartels développés, contribue à mettre en avant certains objets et accompagne le parcours muséographique, participe à sa lisibilité et sa compréhension par l'ensemble des visiteurs. Les textes favorisent l'accessibilité du discours muséal en explicitant les grandes idées, les thématiques fortes, des séquences du parcours qui structurent le propos et la disposition des objets dans les salles.