

Du but et des usages d'un artefact de mediation, une approche semiotique d'une situation de médiation culturelle

Christian Bourret, Sophie Lacour

▶ **To cite this version:**

Christian Bourret, Sophie Lacour. Du but et des usages d'un artefact de mediation, une approche semiotique d'une situation de médiation culturelle. 9th International Conference of Territorial Intelligence, ENTI Strasbourg 2010, Nov 2010, Strasbourg, France. 8p. halshs-00770778v2

HAL Id: halshs-00770778
https://shs.hal.science/halshs-00770778v2

Submitted on 18 Mar 2013

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

DU BUT ET DES USAGES D'UN ARTEFACT DE MEDIATION, UNE APPROCHE SEMIOTIQUE D'UNE SITUATION DE MEDIATION CULTURELLE

Christian Bourret
Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication,
bourret@uni-mlv.fr, + 33 01 60 95 78 01

Sophie Lacour
Docteur en Sciences de l'information et de la communication,
Sophie.lacour@univ-mlv.fr, + 33 01 43 37 71 10

Equipe de recherche : EA 4420 DICEN – CNAM – Université Paris Est / Marne-la-Vallée.

Adresse professionnelle
IFIS – Erasme– 6 cours du Danube – 77700 Serris

Summary: This work is taking place in the formation of territorial intelligence systems and producing information in an organizational perspective. We investigate here a cultural mediation in a constructivist "global" approach, in other words, contextualization, interactions and representations of actors. This will allow us to highlight the difficulties in producing acts of mediation in situations open to all and the importance of the situationnaliste study in any act of mediation.

Résumé : Ce travail s'inscrit dans la participation à la constitution de systèmes d'intelligence territoriale et la production d'information dans une perspective organisationnelle. Nous étudions ici une médiations culturelles dans une approche « globale » constructiviste c'est-à-dire, la contextualisation, les interactions et les représentations des acteurs. Ceci nous permettra de souligner les difficultés à produire des actes de médiation dans des situations ouvertes à tous et l'importance de l'étude situationnaliste de tout acte de médiation.

Keywords: territorial intelligence, communication, semiotique, heritage interpretation.

Mots clés : intelligence territoriale, communication, sémiotique, médiation du patrimoine.

Du but et des usages d'un artefact de mediation, une approche semiotique d'une situation de médiation culturelle

INTRODUCTION

Face à la globalisation et à la perte des identités, les productions culturelles portant sur le patrimoine, sont un atout essentiel dans le cadre de la transition socio-écologique. Source d'identité, elles sont devenues ressource pour le territoire et élément essentiel de son développement. Corrélativement, les territoires sont soumis à la concurrence et ont besoin de développer de nouveaux produits. Cependant l'élargissement du domaine de la culture à de nouveaux médias et la recherche de nouveaux publics posent aujourd'hui de nouvelles questions de recherche notamment sur le rapport aux sens et au sensible et sur les formes de la communication culturelle.

Nous envisageons d'étudier une de ces médiations culturelles dans une approche « globale » constructiviste d'intelligence territoriale et d'analyse de la complexité (Morin et Le Moigne, 2003) dans une perspective interdisciplinaire centrée sur les sciences de l'information et de la communication, c'est-à-dire, la contextualisation, les interactions et les représentations des acteurs. Cette étude va parallèlement mettre en évidence des mécanismes mis en œuvre dans la construction identitaire et son irruption imprévue dans un artefact de médiation du patrimoine. A travers une grille d'analyse et des tableaux sémiotiques nous produirons une réflexion sur la façon dont peut être perçu un artefact spécifique et comment son sens peut-être complètement occulté au profit d'une nouvelle ré-interprétation. Ceci nous permettra de souligner les difficultés à produire des actes de médiation dans des situations ouvertes à tous et l'importance de l'étude situationnaliste de tout acte de médiation.

I. CONTEXTE SCIENTIFIQUE

1. Une situation de communication

Pour l'intelligence territoriale conçue comme construction de connaissances collectives, les enjeux des interactions entre les acteurs sont essentiels. C'est dans cette perspective que nous proposons des éléments pour une approche situationnaliste d'une situation de communication s'appuyant sur la contextualisation. Nous étudions ici une situation de communication analysée en terme de contenu/relation en sciences de l'information et de la communication. Dans ce sens, la médiation du patrimoine est une situation de communication dans laquelle se noue une rencontre à la fois institutionnalisée (la médiation du patrimoine) et subjective (la recherche de la connaissance, le divertissement, le plaisir,) entre trois pôles actoriels (l'action de médiation, les visiteurs et les concepteurs). Cette complexité ne se limite pas au contexte, le patrimoine, mais intègre des notions, des contextes de situation très divers : l'acculturation, l'affordance, la quête identitaire,... Cette approche contextualiste permet de souligner la complexité dans laquelle s'organisent ces interactions. Nous adopterons une approche systémique et situationnelle (Mucchielli, 2003) autour des notions centrales d'information et de communication que sont l'interaction et la signification (Mucchielli, Bougnoux) pour l'étude d'une pratique par essence communicante.

2. La sémiotique situationnelle

Pour cela, nous proposons d'utiliser la grille de lecture de la sémiotique situationnelle (A. Mucchielli) qui décompose la situation pour un acteur en différents contextes ou cadres de référence : positionnement des acteurs, enjeux, normes, valeurs, qualité des relations. C'est un système de références qui sert de base d'interprétation à des acteurs sociaux pour comprendre et évaluer un ensemble d'activités en faisant émerger des cadres pertinents à travers des tableaux de modélisation de la situation.

3. La situation

a. Par un bel après midi d'été

Le point de départ de ce travail est une promenade par un bel après midi d'été au Jardin des Plantes. Une « carte de France géante » est posée au sol sur une ossature de bois de 30 cm de haut. Sans barrière, les visiteurs peuvent y monter et s'y promener librement. Les gens parlent entre eux, se penchent, s'accroupissent, les enfants courent sur la carte.

C'est un rectangle de 400 m2 d'environ 15 m. sur 25 m. En haut une bande de 2 m de haut où on voit écrit sur 2 lignes avec des lettres de 80 cm de haut « carte de France du patrimoine naturel et de la biodiversité » et sur cette même bande à gauche un rectangle contenant un base line : « 2010, Année internationale de la biodiversité ». Les PNR[1] et des ZNIEFF[2] sont colorés. A gauche et à droite de la carte, 21 cartouches avec des animaux ou des

[1] P.N.R. : Parc Naturel Régional

[2] ZNIEF : Zones naturelles d'intérêt écologique faunistique et floristique

végétaux et en bas une bande de 4 m. de haut avec pour titre « la biodiversité en outre mer » et en dessous des cartes des DOM TOM.

b. Ce que nous avons entendu / La problématique

En nous promenant nous aussi sur la carte nous avons entendu les commentaires des visiteurs : "regarde c'est là que mémé habite", "Regarde Gisèle, c'est le village où je suis né". Quelque soit le groupe que nous écoutions aucun ne disait "regarde ce PNR" ou « tu as vu là il y a encore des pingouin Torga", ce qui était pourtant la destination première de la carte. Ceci nous a intrigué et nous avons donc mené entre juillet et août 2010 une enquête auprès de 50 visiteurs. Nous avons interrogé les personnes qui se trouvaient sur la carte depuis déjà quelques minutes. Nous avons posé 2 questions principales (les questions secondaires servant à préciser les réponses) : - que faites-vous ? - savez-vous à quoi sert cette carte ?

II. LA SIGNIFICATION DE LA SITUATION POUR CHACUN DES ACTEURS

1. Méthodologie mise en œuvre

Nous le savons, nous allons ici observer l'évolution, la transformation d'une situation de communication. Pour mieux décortiquer les transformations qui ont eu lieu, nous allons décomposer cette situation en "contextes". Les différents contextes sont le positionnement des acteurs entre eux et dans la situation, leurs enjeux, les normes de la situation de communication, les valeurs importantes pour eux dans cette situation, la qualité des relations entre les acteurs dans cette situation. Ce contexte se construit par la mise en relation de l'intentionnalité des acteurs avec la situation.
Dans un premier temps, nous allons définir les cadres pertinents pour chacun des acteurs, la carte et les visiteurs, puis nous modéliserons ces éléments significatifs dans un tableau sémiotique ce qui nous permettra de procéder à une analyse de l'évolution de la situation.

2. Le point de vue de la carte

a. Les enjeux de la carte

Notre source de renseignement est ce que l'on trouve comme intentions sur les supports de diffusion officiels [3] . Les enjeux de la carte sont immédiatement annoncés dès l'incipit de la présentation sur le site du Jardin des Plantes : « Espèces animales et végétales, réserves..., où se trouve le patrimoine naturel français ? » Puis on apprend que la carte « représente notamment les réserves naturelles, les parcs nationaux et marins et les ZNIEFF». Cette carte permet de « mettre à la portée de tous, les données des inventaires d'espèces et d'espaces naturels, qui sont devenus aujourd'hui un des éléments majeurs de la politique de protection de la nature. »
Les enjeux de la carte sont d'ordre descriptif, il faut localiser, montrer. Cette carte a aussi des enjeux liés au fait de faire passer une information sur un sujet précis.

b. Les autres cadres de la carte

Nous ne détaillerons pas dans cette communication tous les autres cadres, (voire le tableau sémiotique paragraphe III) nous retiendrons juste à ce sujet que :
- Les normes de la carte sont d'être lisible facilement par tous en utilisant des symboles conventionnels appartenant à la culture commune[4]. D'autres normes sont ici convoquées qui sont les limites des espaces naturels ou protégés. Il faut noter que seuls les symboles liés au thème spécifique de la biodiversité, sont légendés.
- Son positionnement est avant tout pédagogique mais aussi « inédite ». (Source J des P). Enfin elle est à notre disposition, « Une carte géante du patrimoine naturel français à vos pieds. » (Source Ministère)
- La qualité de la relation proposée par la carte est agréable, avec des connotations positives. Elle est ludique (« on peut marcher dessus ») et facile d'accès (« à la portée de tous »).
- Ses valeurs primordiales sont évoquées dans ses diverses présentations. Cette carte est là pour éveiller les consciences sur quelques chose de « majeur ».

2. Le point de vue des visiteurs

a. Les enjeux des visiteurs

Les visiteurs voient une carte géante, constatent que l'on peut monter dessus et y vont. Tous la pensent neutre « c'est une carte de France tout simplement non ? ». Pour 99% d'entre eux, la première chose à laquelle ils ont pensé en montant dessus c'est trouver l'emplacement d'un lieu relatif à leur vie privée (naissance, famille, vacances,...). Mais tous disent ne pas avoir réfléchi à ce qu'ils allaient faire sur la carte, simplement c'est la première chose qui leur

[3] Nous nous sommes basés sur trois documents produits par les différentes parties prenantes du projet à savoir : le Jardin des Plantes, l'IGN, le portail français de l'Année Internationale de la Biodiversité © émanation du Ministère de l'Écologie, de l'Energie, du Développement durable et de la Mer

[4] CàD : des points pour signifier les communes, des traits bleus irréguliers pour les fleuves, de fines lignes noires pour figurer les régions, du vert pour les bois, …)

vient à l'esprit. Les enjeux des visiteurs : « On peut regarder une carte en montant dessus / je veux trouver un lieu. »

b. Les normes des visiteurs

Les visiteurs montent sur la carte et spontanément utilisent des points de repères facilement identifiables pour eux grâce aux normes apprises liées à la carte en deux dimensions. Les normes des visiteurs sont : « je reconnais et j'interprète des signes et des symboles convenus pour m'orienter sur une carte ».

c. Le positionnement des visiteurs

Les visiteurs, nous l'avons déjà souligné, montent donc sur la carte et se mettent immédiatement à localiser quelque chose. Le positionnement des visiteurs est donc : « je cherche une information géographique. »

d. La qualité de la relation pour le visiteur

Les visiteurs cherchent des lieux, jamais un seul, mais plusieurs. Ils vont de lieux intimes en lieux intimes. Les enfants à partir de 7/8 ans, suivent les fleuves avec leurs pieds ou sautent de région en région. La carte offre donc bien une relation ludique et facile d'accès comme nous l'avions souligné dans le cadre de la qualité de la relation pour la carte. De là, nous définirons que les qualités de la relation des visiteurs sont : ludique, joyeuse, sympathique, accessible, émouvante.

e. Les valeurs / ce qui est important pour le visiteur

Les visiteurs cherchent des lieux soit pour eux mêmes quand ils sont seuls (mais très rare dans notre échantillon) soit pour les montrer à quelqu'un d'autre, ce qui est le cas le plus fréquent. De là nous définirons que les valeurs du visiteur sont : localiser ses racines ou des lieux porteurs d'émotions (souvenirs de vacances, d'enfance, …), transmettre aux enfants des éléments de son identité. « Je viens de là »

III. TABLEAU SEMIOTIQUE DE L'EVOLUTION DE LA SITUATION

Pour rendre compte de l'évolution de la situation, nous allons utiliser un tableau sémiotique. Nous allons porter, dans une première colonne, les éléments pertinents qui existent, pour les concepteurs de la carte, puis, dans une deuxième colonne, nous renseignerons les cadres des visiteurs, enfin nous inscrirons les nouveaux éléments créés par l'action des visiteurs.

	Avant (au début de la situation)	**Les visiteurs**	**Après (évolution au cours de la situation)**
Enjeux	- Il faut produire un artefact pour l'année de la biodiversité. - Il faut montrer la biodiversité et localiser les PNR et les ZNIEFF. - Il faut mettre à la portée de tous des informations d'ordre écologique.	- On peut regarder une carte en montant dessus. - Je veux trouver un lieu.	- Les enjeux n'existent plus car ils ne sont pas perçus par le visiteur.
normes	- Utiliser des signes et symboles connus de tous sans qu'une légende soit nécessaire. - Légender les symboles propres au thème. - Etre exhaustif (indiquer toutes les communes par exemple).	- Je reconnais et j'interprète des signes et des symboles convenus pour m'orienter sur une carte.	-Devient un support géographique sans destination particulière, « neutre ».
positionnement	- Je suis pédagogique. - Je donne des informations. - Je suis « à vos pied », à votre disposition. - Je suis unique et inédite.	- On me propose un support servant à localiser. - Je cherche une information géographique.	- Je donne des informations. - Je suis « à vos pied », à votre disposition.
Qualité de la relation	- Ludique, joyeuse, sympathique. - Accessible.	- Ludique, joyeuse, sympathique. - Accessible. - Emouvante.	- Emotionnelle, intime. - Accessible. - Ludique.
Les valeurs	- Célébrer l'Année internationale de la Biodiversité. - Mettre à la portée de tous, les données des inventaires d'espèces et d'espaces naturels, qui sont un des éléments majeurs de la politique de protection de la nature.	- Localiser leurs racines ou des lieux porteurs d'émotions (souvenirs de vacances, d'enfance, …). - Transmettre aux enfants des éléments de leur identité. « Nous venons de là ».	Les valeurs de la carte n'existent plus car non perçues. Elles sont transformées en : - être claire et exhaustive.
Sens donné à la carte	Support de communication écologique pédagogique.		Support d'identité d'histoire intime (personnel).

Tableau 1 : Tableau comparatif de l'évolution de la situation

On voit sur ce tableau donnant une vision panoramique des transformations de la situation, comment le changement de positionnement de la carte change la situation. Son positionnement nouveau : « un support de localisation identitaire » fait basculer la situation et par là même le sens, le projet, l'enjeu des commanditaires et des concepteurs de la carte.

1. Les enjeux de la carte après

Si les enjeux de la carte étaient tous centrés sur le fait de montrer quelque chose de précis (la biodiversité), les enjeux des visiteurs sont tout autre. Ils veulent localiser un endroit choisi par eux. Ils ne prêtent pas attention aux signes qui montrent la destination première de la carte. Nous constatons donc que les enjeux principaux de départ deviennent non pas secondaires mais carrément inexistants. Comme le souligne Mucchielli « c'est la prise en considération des enjeux des autres acteurs de la situation qui ouvre à un acteur la compréhension des définitions de la situation pour ces différents acteurs ». Nous pouvons dans ce cas noter que ses propres enjeux (à la carte, à son concepteur) l'ont empêché de percevoir la complexité de la "situation totale" et donc l'ont empêché de concevoir une stratégie appropriée d'action, laquelle passe toujours par la prise en compte des enjeux des autres acteurs. Nous sommes devant des enjeux tout à fait différents, ils ne sont pas antagonistes, mais ils sont sans rapport entre eux. En communication, on dit "qu'il faut parler le langage de l'autre" rappelle A. Mucchielli. Parler le langage de l'autre, c'est lui présenter les choses de son point de vue, le reformuler. (Mucchielli, 2009)

2. Les normes de la carte après

Les normes sont toujours là, car inamovibles, mais une partie d'entre elles ne sont pas reconnues par l'utilisateur. Il n'en tient pas compte car il attribue immédiatement une autre fonction à la carte et donc « élimine » de sa vision tous les éléments qui ne l'intéressent pas. « Je n'ai pas remarqué les zone colorées », « non je ne sais pas à quoi ça sert » « c'est pas important ». Seules les normes qui leur servent à trouver ce qu'ils recherchent les intéresse : « il faut suivre la Loire, la ligne bleue, pour trouver Chambord ». Étant donné que ce sont ces normes là qui faisaient la spécificité de la carte, c'est ennuyeux.

3. Le positionnement de la carte après

Des enjeux de la carte que nous avions identifiés : pédagogique, unique et inédite, donne des informations et est à disposition, seuls restent les deux derniers du point de vue des spectateurs. Elle reste pédagogique mais n'enseigne pas ce qu'elle était destinée à enseigner. Les visiteurs utilisent une partie des informations fournies (localités, régions, fleuves,...) comme support à leurs propres recherches, par exemple « mais où est le Mont Gerbier des Joncs ? Oh c'est si bas ? » Ils l'utilisent aussi dans certains cas comme artefact pédagogique pour leur propre enseignement. Par exemple une mère à son fils de 3 /4 ans « regarde c'est là que nous sommes allés en vacances », une autre à sa fille « ici sur cette pointe (la Bretagne) c'est là qu'habite mémé ». On trouve aussi d'un ami à un autre « tiens voici le GR qu'on a suivi cet été, tu vois c'est en altitude ». D'un ami à un ami étranger « tu es arrivé par l'aéroport CDG là, et puis nous on habite là, à Villejuif, tu vois où c'est par rapport à Paris ? » Elle est à la disposition des visiteurs puisqu'elle est « à leur pied », ils en disposent donc.

4. La qualité de relation de la carte après

La carte attire. Son positionnement dans l'espace, au sol, le fait qu'elle soit « géante et qu'elle permette de déambuler, sa précision « je suis sûre que Roussines n'y est pas c'est trop petit...Ho si c'est là ! », sa clarté, le fait qu'elle soit en plein milieu de l'esplanade devant la grande galerie qui est face à l'allée principale et à un carrefour très important du Jardin des Plantes (voir illustration en annexe), tous ces éléments font qu'elle attire les visiteurs. Cependant, si la qualité de la relation est donc bien identifiable, elle glisse pendant le déroulement de la situation. Les parents montrent les lieux aux enfants et la carte devient support d'émotion. La relation qui se crée est intime et émotionnelle. Si ce qui est communiqué prend un sens par rapport à la qualité de la relation entre les acteurs et prend aussi un sens dans l'ensemble du système interactionnel créé, alors la carte a pleinement rempli son rôle. Grâce à une qualité de relations sympathiques elle a fait naître du sens dans le système interactionnel entre elle et le visiteur. Simplement le sujet de fond a changé. D'une qualité sans émotions intimes, la vision du visiteur l'a fait glisser vers une émotion qui touche à son passé, à sa famille, à son vécu et, selon ce que nous avons entendu, agréable. Watzlawick a montré, que les normes relationnelles se fixaient souvent dans les premiers temps de l'échange. La manière dont chaque acteur social agit avec les autres contient des propositions de règles d'interactions. Dans notre cas, l'interaction proposée marche parfaitement bien sur une partie de la forme (les symboles et signes convenus généraux de géographie) mais pas sur le fond.

5. Les valeurs de la carte après

Cette carte était là pour éveiller les consciences sur quelques chose de « majeur » la biodiversité. On le voit cet enjeu primordial n'existe pas du point de vue des visiteurs. Il s'agit toujours de quelque chose de

majeur mais cela porte maintenant sur l'identité, les racines, l'intime et la transmission aux jeunes générations. Aux valeurs de la carte se sont substituées les valeurs du visiteur « c'est là d'où je viens, c'est ici que maman est née », « pendant la guerre je suis parti chez ma tante là ».

IV. INTERPRETATION

1. La réappropriation par les visiteurs

a. Les visiteurs s'approprient immédiatement la carte comme support de localisation.

Les visiteurs s'approprient immédiatement la carte comme support de localisation. Le fait que la carte porte en elle une grande capacité d'affordance par notre acculturation, l'habitude de voir des cartes, de les utiliser pour se localiser est tout à fait naturel. Cependant ils ne localisent pas ce que la carte leur propose de localiser : les PNR, la biodiversité,... Selon Mucchielli, un groupe ne peut pas être dans une situation sans avoir, par rapport à cette situation, des préoccupations ou des « projets ». Dans notre cas, le projet des visiteurs est spontanément apparu comme « aller voir un endroit qu'on connaît. » A ce moment là, la carte se transforme et devient support de cartographie identitaire. Les visiteurs lui attribuent un nouvel emploi. Au lieu de s'en servir comme localisation d'éléments écologiques, ils la transforment en moyen de localisation identitaire.

b. Cependant le contexte est à la biodiversité

Nous l'avons vu un des éléments du positionnement de la carte dans la situation, est qu'elle est « unique et inédite ». C'est peut-être cette rareté qui fait qu'elle est mal interprétée. Personne ne s'attend à voir dans cette carte un panorama de la biodiversité. (Pourtant dans le contexte général « Jardin des Plantes » on peut s'interroger.)

Les visiteurs devraient être conditionnés par le contexte. Cependant à trois endroits différents, il est indiqué « biodiversité », les PNR sont matérialisés, il y a des images d'animaux et de Plantes. En outre, toutes les autres animations proposées par le jardin des Plantes sont tournées vers cette thématique (exposition de nombreuses photos sur les grilles qui bordent les différents jardins, thématique des expositions,...). Nous ne sommes pas du tout dans un contexte de mémoire, de souvenir, d'identité ou de transmission. Il n'y a pas d'images anciennes, de photos, d'objets ou de costumes anciens qui pourraient évoquer d'une quelconque façon la mémoire, et pourtant c'est ce que les gens font en premier. Quasiment tous ont « découvert » au moment où nous leur posions la question la thématique de la carte. Outre l'aspect écologique nous sommes aussi dans un lieu pédagogique. Et pourtant les visiteurs ne le perçoivent pas comme un support pédagogique ils ne sont pas là pour apprendre à ce moment là, c'est juste un support où ils apprennent, enseignent quelque chose qu'ils ont choisi. Cela signifie aussi en filigrane que la biodiversité n'est pas un combat déterminant, elle n'est pas assez signifiante pour que l'on y pense quand on voit une carte dans un tel contexte.

2. L'interprétation non voulue

a. Détournement d'usage

Nous ne pouvons pas parler à proprement parler de détournement d'usage, car l'usage prévu par le concepteur est bien de localiser. I. Goffman (1974) convoqué par A.Mucchielli, montrait que la définition de la situation pour l'acteur, et donc de ce qui fait sens pour lui, venait essentiellement de ses expériences sociales (« le cadre de l'expérience »). Nous le voyons bien dans le cas de la carte. Les visiteurs utilisent immédiatement la carte comme support, on regarde une carte pour s'orienter, mais là, comme on marche dessus, on dirait que cette relation ludique et décontractée actionne le ressort de l'intime. Immédiatement, l'aspect ludique évoque des remembrements personnels et non pas pédagogiques.

Nous pourrions aussi nous interroger ici sur la notion de « configuration de l'usager » (Woolgar, 1991, cité par Serge Proulx) L'objet à travers la forme que lui donne le concepteur, induit des contraintes et une pragmatique de son usage virtuel. On pourrait ainsi dire que l'usage est inscrit dans l'objet (Akrich, 1987). Cependant dans notre cas nous pouvons voir une sorte d'illustration de la pragmatique selon Morris quant à la relation qui s'établit entre le signe et l'usage qu'en fait le locuteur. (Bracops, 2000)

b. Qualité voulue / perçue / réelle

En tant que carte, elle est assez claire pour que les visiteurs reconnaissent facilement les communes, les régions, les éléments physiques (fleuves, massifs montagneux,...). En revanche, en tant que carte montrant la biodiversité il y a un problème, car 99% des gens n'ont pas pu identifier cette carte comme se trouvant là pour leur montrer la biodiversité. Même après que nous leur ayions fait remarquer qu'elle avait un but, les réponses sont restées vagues « heu, ce doit être sur l'écologie », deux personnes nous ont dit qu'« elle représente les PNR » et aucune la célébration de la biodiversité. Problème contextuel et visuel donc du côté de la carte. Mauvaise interprétation due au fait que ce ne soit pas clair pour les visiteurs.

Elle se voulait pédagogique elle devient identitaire. Selon la méthode d'Alex Mucchielli « toute activité (conduite et communication) d'un « acteur social » (sujet, groupe, organisation,...), se déroule dans une situation » qui est « une somme d'éléments significatifs qui ont un sens pour cet acteur social ». Cette somme d'éléments forme une grille d'interprétation subjective qu'utilise l'acteur pour

donner du sens à une situation.
Nous pouvons nous interroger si une autre carte aurait suscité d'autres réactions. Qu'auraient-ils vu tout d'abord sur la carte des stades de football, des châteaux, des centrales nucléaires, des zones inondables...

CONCLUSION

L'analyse de l'usage de cet artefact a produit des connaissances analytiques à visée pratique qui sont directement utiles pour penser la médiation du patrimoine. Cela peut permettre de formuler des préconisations comme la réutilisation ou la double interprétation possible ou le repositionnement. Il faut contrôler l'artefact pour vérifier son utilité et le repositionner en cours de route, soit en éclairant plus nettement ses buts (légendes, panneaux explicatifs,...), soit en lui ajoutant une signification, soit en le concevant dès le départ avec plusieurs profondeurs.
Une analyse de chaque objet selon les points de vue des visiteurs est pertinente pour la bonne utilisation des artéfacts et surtout pour la pertinence des médiations et leurs utiles portées réelles. Ainsi, il faut pouvoir évaluer la validité de telle ou telle action innovante ou inédite ainsi que sa portée et son impact auprès des cibles, les visiteurs. Sans cette analyse on ne peut pas envisager de soutenir, et surtout de pérenniser ces actions innovantes quelles qu'elles soient sur le territoire.
Nous avons pu observer aussi comment d'un objet de médiation dédié à l'écologie on passe à un support de construction et de transmission identitaire et comment en définitive les visiteurs se le réapproprient. Cette analyse montre que le « sens », c'est à dire ce que veut dire la communication pour les acteurs de la situation, n'est pas dans le contenu du message, mais que ce sens est une « émergence » liée à la représentation et à la perception que chaque interlocuteur a de la situation dans laquelle il se trouve. Il y a une interaction permanente entre l'acteur et le monde dans lequel il vit. Comme le souligne Alex Mucchielli, « L'homme « n'est plus au monde », l'homme et le monde sont corrélatifs l'un de l'autre. L'acteur et sa situation sont les deux faces d'un même phénomène global. » (A. Mucchielli, 2009)

BIBLIOGRAPHIE

Akrich, M. , 1991, "L'analyse socio-technique", *La gestion de la recherche*, De Boeck, Bruxelles, pp. 339-353, consultable sur : http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/08/17/27/PDF/91ANALYSE_SOCIO-TECH.pdf

Bourret , C., 2008, « Eléments pour une approche de l'intelligence territoriale comme synergie de projets locaux pour développer une identité collective », International Journal of Projectics, n° 1, Editeur De Boeck, Bruxelles, pp. 79-92.

Bracops M., 2000, « Introduction à la pragmatique, théories fondatrices », DeBeock, Bruxelles, p32.

Girardot J-J. , 2005, « Concepts, principes et outils de la méthode Catalyse », Actes du colloque du Réseau Européen d'Intelligence Territoriale (REIF), Liège, octobre 2005, p. 133-137, consultable sur : mti.univ-fcomte.fr/reit/REITDoc/docs/GirardotLiege2005.pdf –

Lacour, S., 2009, "La trajectivité de l'Animation Historique Vivante du Patrimoine (AHVP), une pratique ascendante et « transmunicante », élément de structuration et de singularisation du territoire", doctorat en sciences de l'information et de la communication sous la dir. de Cacaly (Serge) et Bourret (Christian), Université de Paris Est / Marne-la-Vallée, 8 décembre 2009, 295 p.

Morin, E., Le Moigne, J.L., 2003, " L'intelligence de la complexité", Paris, L'Harmattan, 332 p.

Mucchielli, A., 2010, "Situation et communication", Entreprendre et manager, Leseditionsovadia, Nice, 169 p.

Mucchielli, A., 2009, "La situation problème comme référentiel de base dans l'analyse sémiotique-situationnelle" les fondamentaux, 29.1.2009, consultable sur : http://xn--smio-bpa.com/Les-fondamentaux_r22.html

Proux, S. ,2000, "La construction sociale des objets informationnels: matériaux pour une ethnographie des usages", Actes du colloque *Comprendre les usages d'Internet*, 3-4 décembre 1999, École normale supérieure, Paris, consultable sur : http://barthes.enssib.fr/atelier/articles/proulx2000.html.

Sites consultés

ENTI : European Network of Territorial Intelligence (Réseau Européen d'Intelligence Territoriale) : www.intelligence-territoriale.eu/

Les auteurs

Christian Bourret, diplômé HEC, docteur en sciences humaines et sociales (histoire et civilisation), est directeur de l'IFIS (Institut Francilien d'Ingénierie des Services) à l'Université Paris Est / Marne-la-Vallée. Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, il fait partie de l'équipe de recherche DICEN (Dispositifs d'Information et de Communication à l'Ere Numérique), EA 4420 du CNAM (Conservatoire National des Arts et Métiers). Il prépare une Habilitation à Diriger des Recherches (HDR) sur les enjeux d'information et de communication dans les organisations d'interface en santé et sur la construction de territoires de pratiques. Il travaille également sur les situations de formation (notamment en alternance : apprentissage) et sur les questions de sens et de situation dans le secteur du patrimoine culturel et du tourisme.

Sophie Lacour, docteur en Sciences de l'Information et de la Communication, chargée de cours à l'IFIS à l'Université Paris Est / Marne-la-Vallée, équipe de recherche DICEN (Dispositifs d'Information et de Communication à l'Ere Numérique), EA 4420 du CNAM (Conservatoire National des Arts et Métiers). Etude des dispositifs de communication concernant l'expression et l'interprétation de l'identité territoriale à travers des actes de médiation du patrimoine dans une démarche d'intelligence territoriale. « La médiation du patrimoine, une pratique «transmunicante » élément de structuration et de singularisation du territoire. » XVIIe Congrès de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication, Dijon, juin 2010, "La professionnalisation de l'Animation Historique Vivante du Patrimoine peut-elle entraîner une dilution de la singularisation des territoires ?", Intelligence Territoriale Grd. Ouest 2010, Nantes/Rennes. " La médiation du patrimoine, un élément constitutif du développement durable des territoires", International Conference of Territorial Intelligence, Novembre 2009, Salerne (Italie).