

## Chapitre 10

### LA MÉDIATION, UN MAL NÉCESSAIRE POUR LES ARCHÉOLOGUES ?

Céline Schall

Depuis une trentaine d'années, les musées visent un élargissement de leur public : ils attendent plus de visiteurs (en nombre) et des visiteurs plus variés (en termes d'origines socio-culturelles) (Caillet, 1996). Le musée s'ouvre ainsi aux familles et à ce qu'on appelle habituellement le grand public. Dès lors, il ne lui suffit plus d'étudier et montrer des collections ; il faut aussi communiquer avec les publics et favoriser leur accès (cognitif, émotionnel, etc.) aux objets.

Comment ce changement progressif affecte-t-il le travail de mise en exposition des vestiges et savoirs archéologiques ? Comment les archéologues considèrent-ils le travail de médiation ? Comment se font les éventuels compromis entre les acteurs d'une exposition (archéologue, scénographe, guide, etc.) ? Enfin, quels effets ces compromis ont-ils sur l'exposition ?

Pour répondre à ces questions, nous examinerons d'abord les difficultés relatives à la médiation de l'archéologie, puis le contexte actuel du montage d'une exposition d'archéologie. Ensuite, à partir d'une étude<sup>1</sup> des représentations de la médiation et des publics auprès de professionnels de l'archéologie, nous comparerons les points de vue d'archéologues et de spécialistes de la médiation de l'archéologie, concernant le travail de médiation de leur science puis la façon dont ces représentations agissent sur le travail de mise en exposition.

#### *L'archéologie, une science spécifiquement difficile à communiquer ?*

La communication des savoirs archéologiques en direction des publics apparaît comme une nécessité sociale dans la mesure où ceux-ci ont le droit de connaître les résultats de la recherche qu'ils contribuent à financer (Demoule et *al.*, 2002 : 232).

Mais l'archéologie est vue par les archéologues eux-mêmes comme une discipline difficile à communiquer, y compris dans un musée (Demoule et *al.*, 2002). En réalité, il nous semble que l'archéologie n'est pas plus difficile à communiquer que l'art contemporain ou la chimie mais qu'elle pose des problèmes spécifiques de médiation.

Parmi ces spécificités d'abord, l'objet archéologique est marqué par le manque : manque d'informations sur le contexte et parfois incomplétude physique. Il est donc non immédiatement lisible (Maury, 2009 : 68 ; Davallon, 2006 : 175). La seule identification scientifique ne permet donc

---

<sup>1</sup> Cette étude s'appuie sur plusieurs séries d'entretiens semi-directifs longs avec des archéologues et des médiateurs, menés principalement dans le cadre de trois études portant sur la médiation de l'archéologie, soit une trentaine d'entretiens au total (Schall, 2010 ; Schall, PAIR, 2011 ; et Schall, 2011-2013). Ces discours ne représentent pas l'ensemble des opinions des acteurs sur l'exposition mais exemplifient des pistes d'analyse.

pas aux publics non initiés de lui attribuer une quelconque signification, autre qu'une appréciation esthétique ou en relation avec ce qu'il connaît déjà. Sans explication, on recueille par exemple ce type de réactions de la part des visiteurs : « *Il y a des belles pièces, hein !* » ou bien « *Les objets exposés sont très beaux ! J'ai énormément apprécié les os de mammouth parce que ça... ça renvoie un peu à des fantasmes... à la Guerre du feu !* » (extraits d'entretiens avec des visiteurs d'une exposition archéologique). Une médiation des savoirs sur les vestiges archéologiques est donc nécessaire pour aller au-delà de cette appréciation et dans un musée, c'est principalement l'exposition qui donne un sens à l'objet archéologique.

Une littérature déjà un peu ancienne sur la médiation de l'archéologie fait état d'autres difficultés, qui seraient de l'ordre de la résistance de la part des archéologues professionnels ou universitaires. Ces derniers se heurteraient à deux difficultés : d'une part, trop spécialisés dans leur domaine, ils auraient du mal à rendre leur science accessible à un large public, « *d'autant que la vulgarisation a longtemps été considérée comme un terme éminemment péjoratif, dont la pratique ne pouvait que desservir leur réputation* » (Demoule et al., 2002 : 245). Dans les musées, la tradition de l'histoire de l'art y serait encore vive, « *et dans une vision parfois élitiste, certains conservateurs de musée revendiqueraient le contact brut avec l'objet ancien, soigneusement mis en valeur dans une vitrine bien éclairée et dépourvu de toute explication qui viendrait s'intercaler entre le regard et l'objet* » (*ibidem*).

En outre, même lorsque l'archéologue estime qu'il est nécessaire de communiquer, il se heurterait à des représentations qui diffuseraient une image décalée de ce que serait cette discipline auprès des publics (Demoule et al., 2002 : 245). Cet élément explique en partie la méfiance des archéologues à l'égard de la diffusion des savoirs qu'ils produisent. Plusieurs études et colloques, anciens et récents, ont ainsi porté sur les représentations imaginaires de l'archéologie, le plus souvent à travers le prisme du danger qu'elles représenteraient pour cette science (par exemple : Antibes, 1988 ; Aix, 2005 ; Bruxelles, 2009 ; Paris, 2014, etc.). Par ailleurs et en aparté, ces réflexions tendent parfois à occulter une analyse systématique de ce que serait ou de ce que pourrait être la médiation de l'archéologie et sa réception par les publics.

Retenons donc que les archéologues (professionnels au moins) semblent encore « frileux » face à la nécessité de communiquer, alors que les musées eux, s'ouvrent de plus en plus à des publics variés en termes de niveaux de connaissances et de familiarité avec l'archéologie mais aussi en termes de milieux socio-culturels d'origine.

#### *Le contexte du montage d'exposition : un travail d'équipe(s)*

Aujourd'hui, les archéologues dans les musées ne sont généralement plus seuls à assumer le travail d'exposition ; ils sont aidés par ce que l'on nommera dans un premier temps, des *professionnels chargés de la médiation* (dont l'appellation et le rôle varient en fonction des lieux)<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Notons que si certaines institutions associent ces professionnels de la médiation à la conception de l'exposition, d'autres considèrent que leur travail commence quand

Ainsi, si l'on voit le musée comme une institution qui a la charge de la muséalisation des objets (récolte, étude, conservation) et de la monstration de ceux-ci (c'est-à-dire de la communication par l'exposition notamment) (Schärer, 2011), on voit bien que la séparation de ces fonctions est de plus en plus nette, surtout dans les grands musées. Les archéologues sont alors (globalement) en charge de la muséalisation et les professionnels chargés de la médiation sont (globalement) en charge de l'autre fonction.

Mais le développement d'équipes pluridisciplinaires dans les musées et la (très) progressive reconnaissance du savoir-faire des professionnels chargés de la médiation diminuent nécessairement le pouvoir de décision des archéologues quant à la forme et au contenu des communications. La diffusion des savoirs liés à leur discipline leur échappe ainsi de plus en plus. Dans certains musées d'Amérique du Nord, et depuis une dizaine d'années, des équipes venues de la télévision sont même engagées pour prendre en charge la diffusion des savoirs et les archéologues deviennent alors des sources d'information (parmi d'autres) et non plus les énonciateurs responsables du discours. Certains archéologues déplorent depuis longtemps la difficulté de créer une exposition avec tous les nouveaux partenaires des musées (Pothier et Ranallo, 1994) et dénoncent les enjeux de pouvoir (pouvoir de décision du sujet abordé, de son traitement, des effets recherchés, des outils, etc.) qui compliquent le travail de mise en exposition.

La manière dont les archéologues et les professionnels de la médiation envisagent leur travail et leur collaboration dans un musée apparaît pourtant comme un élément déterminant dans le montage d'exposition et donc, de son contenu final. C'est également, de ce fait, un élément important de la réception qui en sera faite par les visiteurs, en ce sens où l'expérience de visite dépend largement du contenu de l'exposition (Falk, 2012).

Lors du montage d'une exposition, on peut donc s'attendre à ce que les archéologues et les professionnels chargés de la médiation impliqués dans le montage d'exposition diffèrent dans leur approche de l'exposition : ils n'ont pas la même formation, ont des métiers et des rapports aux savoirs très distincts, des relations aux publics très différentes et doivent donc probablement avoir des représentations dissemblables des enjeux que recèle une exposition, des publics, ainsi que des stratégies à développer pour s'adresser à ces derniers. La crainte qu'éprouveraient les scientifiques à vulgariser (crainte de la dénaturation de leur message qu'on retrouve chez de nombreux scientifiques –Cheveigné, 1997, ou crainte de la diffusion d'images décalées de leur métier par exemple – Pesez, 1997) pourrait aussi conduire les archéologues à ignorer les attentes des publics ou à craindre tout simplement la simplification.

Mais quels sont les points d'accord et les points de désaccord que l'on peut réellement observer sur le terrain ? L'archéologue est-il encore ce scientifique enfermé dans sa tour d'ivoire et rejetant toute médiation des savoirs ?

---

l'exposition est ouverte au public. Néanmoins, il nous semble – du moins, c'est le cas des institutions que nous avons analysées – que de plus en plus, les médiateurs et les professionnels de la muséographie sont associés au projet dès le départ.

*Archéologues, médiateurs, professionnels de la muséographie,  
professionnels de la médiation, professionnels de la communication*

Avant de répondre à ces questions, une distinction terminologique s'impose, puisque les professionnels chargés de la médiation exercent finalement des rôles variés et aussi qu'ils ne portent pas tous le même nom d'une institution à l'autre. Ensemble, ils contribuent en réalité au développement de la stratégie de médiation envers les publics et portée par l'exposition, à la communication interne entre les équipes (pour le montage de l'exposition), à la mise en exposition des savoirs et des vestiges (médiatisation, muséographie), à la communication externe de l'exposition (vers les publics) et à la médiation des savoirs par la visite guidée. Sur le terrain, ces rôles semblent souvent répartis entre quatre types de professionnels.

Par commodité, nous réserverons le nom de *médiateurs* aux professionnels qui pratiquent une médiation active en face en face avec les visiteurs, qu'ils soient spontanés ou captifs – médiation active plus communément appelée « visite guidée » (Jacobi, 2012)<sup>3</sup>.

Ensuite, l'expression *professionnels de la muséographie* désignera les personnels chargés de la mise en exposition au sens pratique et formel du terme. Ce sont souvent des externes engagés par le musée à l'occasion de la mise en place d'une exposition (architecte, scénographe, décorateur, graphiste, technicien de l'interactivité et de la vidéoinformatique ou vidéaste, etc.).

Ensuite, il y a les personnels impliqués dans le montage d'exposition et qui contribuent à l'élaboration du contenu de l'exposition et des dispositifs d'aide à l'interprétation (textes, contenus de dispositifs vidéos, dispositifs pour les enfants ou des publics spécifiques). Ces personnes sont formées à la médiation ou bien à l'archéologie selon les structures. Nous appellerons les personnes qui assument ces rôles, des *professionnels de la médiation*.

Enfin, certaines personnes sont plutôt chargées des relations avec les publics (travail relevant plutôt de la communication), et / ou des relations entre les professionnels de la muséographie et les scientifiques (communication interne). Nous les désignerons par l'expression *professionnels de la communication*.

Dans les petites structures particulièrement, mais aussi dans certaines grandes, ces quatre grands rôles sont remplis par une seule et même personne ou disons plus généralement qu'une même personne peut être chargée de plusieurs de ces rôles.

*Des points d'accord entre archéologues et professionnels de la médiation et de la muséographie*

Lorsque l'on interroge les archéologues et les médiateurs, professionnels de la muséographie et de la médiation et de la communication aujourd'hui, le

---

<sup>3</sup> Par ailleurs, une étude en cours montre que la notion de *médiation* renvoie le plus souvent chez les professionnels du musée à l'activité de guidage en face à face et très peu finalement à l'élaboration d'une stratégie de médiation ou à l'écriture des textes par exemple (Schall, 2011-2013).

consensus est relativement présent autour de ce que devrait être une exposition d'archéologie. On observe donc d'abord un changement dans les pratiques et les représentations qui s'est opéré depuis une dizaine d'années.

Au niveau du fond d'abord, c'est-à-dire du contenu porté par l'exposition, tous les acteurs sont d'accord sur le point suivant : le discours archéologique qui paraît par exemple dans les revues scientifiques doit être retravaillé pour le musée, de façon à devenir accessible à un public dépourvu de connaissances sur l'archéologie ou sur le thème. L'existence de plusieurs « types » de personnes, de plusieurs « publics », ayant différents niveaux de connaissance est donc actée pour tous.

Il y a également unanimité sur le fait que l'exposition ne doit pas présenter une série d'objets pour eux-mêmes (dans une vision esthétique ou purement scientifique), même si toutes les personnes interviewées aiment voir de belles pièces : l'objet doit servir un discours (même s'il doit aussi pouvoir être apprécié pour lui-même) et ce discours doit être « *clair* ». Ainsi, plus un seul archéologue rencontré ne considère par exemple que le seul contact visuel avec les vestiges exposés suffise.

Ensuite, la nécessité d'évoquer le passé par des reconstitutions, des restitutions ou des reconstructions<sup>4</sup> est également reconnue par les archéologues autant que par les professionnels chargés de la médiation, à condition que ces évocations respectent les connaissances scientifiques à disposition. Elles sont vues comme des aides à l'interprétation de données abstraites et comme une mise en valeur des objets.

Tous les intervenants rencontrés sont également d'accord sur le fait que l'exposition doit être accessible au plus grand nombre. Le responsable d'une exposition sur l'archéologie alsacienne annonce par exemple : « *Nous, on veut toucher tous les gens de 4 à 120 ans (...) notre but, c'est que tout le monde puisse y trouver son compte* ». Les acteurs se réfèrent d'ailleurs très souvent au « *grand public* », qui semble correspondre à « des publics variés », à « tout le monde » (des connaisseurs, des passionnés, et d'autres avec un niveau de connaissance faible ; des adultes et des enfants ; des scolaires ; et enfin, des visiteurs et des non-visiteurs de musées). Le travail d'exposition à destination du grand public vise alors à réunir des audiences particulièrement vastes en nombre et en étendue au regard du spectre social et générationnel (Schall, Vilatte, 2013).

Les archéologues et les autres professionnels rencontrés ont également des idées sur les attitudes de ce grand public, qui ne viennent la plupart du temps pas d'études de publics mais bien d'une connaissance intuitive ou plus exactement d'une impression de connaissance, née du contact avec les visiteurs. Ils supposent, par exemple, que le grand public ne lit pas les textes affichés. Par conséquent, pour l'écriture des textes (qui reste le premier niveau d'aide à l'interprétation dans une exposition), les acteurs ne savent pas bien ce qu'il faut faire pour être compris du grand public, mais savent qu'il faut utiliser peu de vocabulaire technique, éviter le jargon et utiliser

---

<sup>4</sup> Les « *reconstitutions* », « *restitutions* » ou « *reconstructions* » correspondent respectivement au fait de faire entrer un ensemble archéologique dans un musée, au fait de le reconstruire à l'identique et au fait de reconstruire à l'identique en comblant les éléments manquants (Desvallées, 1989 : 187).

« *plusieurs niveaux de lecture* » (même si ce terme reste visiblement difficile à définir pour les personnes rencontrées).

Ensuite, on retrouve l'idée que le public fait peu d'efforts pour comprendre et donc, qu'il faut rendre la visite « *facile, abordable, ludique et interactive* ». Un archéologue luxembourgeois dit ainsi : « *Je n'aime pas le côté vitrine et froid des anciens musées... enfin, si, c'est une époque ! Le cabinet de curiosités et le côté esthétisant... je préfère qu'on puisse toucher, sentir...* » ou encore cet archéologue français : « *Et donc, on a voulu avoir une scénographie un peu plus ludique ou un peu plus accueillante... En tout cas, une autre approche.* ».

Pour résumer, qu'il s'agisse du choix des objets, des dispositifs de médiation ou des publics, on observe globalement un consensus dans les représentations des archéologues et des autres professionnels. Ces représentations ne semblent donc pas liées au profil ou à la formation des acteurs mais bien à des stéréotypes sociaux, largement partagés dans un milieu – le monde muséal – à un moment donné. En outre, il semble que le travail de médiation muséale soit largement imprégné par de grands « mythes », dont l'origine est probablement à chercher du côté de la diffusion de la recherche en muséologie et aussi des discours marketing circulant autour de l'exposition (parmi eux, la notion de *grand public*, l'importance de *l'interactivité* et de *la participation des visiteurs*, etc.). On retrouve aussi ces idées dans la littérature concernant la médiation de l'archéologie, qui fait un recours très marqué à ces termes, sans pour autant les définir et surtout, sans les analyser.

Finalement, ce consensus montre que la vision de la médiation a évolué et que les publics sont tenus en considération (la loi sur le musée de 2002 en fait aussi une obligation). Certes. Mais ce consensus permet-il véritablement de fonder une action commune ?

#### *Des divergences entre les archéologues et les professionnels de la médiation*

Les divergences observées dans le montage d'exposition montrent que les représentations précédemment identifiées de la médiation et des publics sont des prénotions, au sens où Laurent Fleury (2004) les définit : des connaissances spontanées antérieures à la réflexion et qui n'aident donc pas vraiment l'action. Même si un accord existe sur le travail de médiation, il ne suffit donc pas à la mise en pratique de techniques communément admises.

D'abord, il existe une discussion très vive concernant la simplification du contenu de l'exposition entre les archéologues d'un côté, et les professionnels chargés de la médiation de l'autre. Les archéologues considèrent ainsi souvent que le niveau scientifique est mis à mal par la médiatisation du discours (c'est-à-dire par le fait de rendre public le discours par le média exposition)<sup>5</sup>. Une conservatrice regrette ainsi : « *De toute façon, à partir du moment où l'on veut faire une exposition grand public, on ne peut être que superficiel !* ».

---

<sup>5</sup> Notons par ailleurs que les archéologues et les professionnels chargés de la médiation rencontrés distinguent rarement les termes « *médiation* » et « *médiatisation* ». Pour les archéologues en question, c'est donc bien la « *médiation* » qui met à mal le discours scientifique, alors que le projet de médiation en soit est un projet de divulgation des savoirs.

Ceci a un impact sur la mise en exposition, comme on le voit par exemple dans cette exposition : au fil de l'élaboration du discours de l'exposition, trois thématiques ont été superposées au sein de l'exposition, chacune renvoyant à des enjeux particuliers du point de vue des différents corps des métiers. La première portait sur un thème archéologique, proposé par l'archéologue en chef (les échanges d'objets et la circulation des hommes à travers l'histoire). Ensuite, deux autres thématiques se sont ajoutées : une portait sur les métiers de l'archéologie et devait séduire plutôt les enfants ; une autre, sur les périodes archéologiques, pouvait plaire à tous, et surtout à ceux dont le niveau de connaissance en archéologie était faible. Ces thèmes secondaires devaient se déployer au fil d'un « parcours famille ». En réaction à ce projet des professionnels de la médiation et des médiateurs (qui dans ce cas particulier étaient les mêmes personnes), le scénographe a proposé de ne pas traiter ces trois discours en parallèle, mais ensemble, au cours d'un même parcours. Au sein de l'exposition, le thème principal apparaît alors comme un sous-thème parmi d'autres : la lisibilité de l'exposition est finalement mise en péril par la multiplication des discours (Schall, Vilatte, 2013).

Ensuite, la quantité de textes dans l'exposition est un sujet clivant, si ce n'est le plus clivant. Durant le montage de cette même exposition, par exemple, les archéologues ont cherché à donner de fréquentes et longues explications tandis que les professionnels de la médiation, les médiateurs et de la muséographie tentaient d'enlever le plus possible d'écrits. Dans cette exposition, la quantité de textes écrits est donc réduite, ils sont les plus discrets possibles (édités sur un support en plastique transparent), très concis et écrits très gros pour qu'ils soient repérables et lisibles par les enfants. Le sens des mots qui pourraient être jugés comme difficiles par des non-spécialistes (*fibule*, *astragale* ou *potin*) n'est pas donné dans le texte affiché, l'idée étant – pour les professionnels de la médiation et les médiateurs qui ont conçu l'exposition – qu'il vaut mieux ne pas expliquer pour ne pas compliquer les choses et que les publics intéressés écouteront les vidéos qui développent le sujet. En réaction, quelques textes plus longs et plus complexes ont été ajoutés par des archéologues mécontents, sur des points très précis, sans qu'un réel lien avec l'exposition ne le justifie. Ces tensions ont donc pour conséquence de nuire à la cohérence de l'ensemble de la stratégie de médiation. L'analyse de cette exposition montre par ailleurs qu'elle fonctionne bien mieux comme support d'une visite guidée que comme une exposition à visiter librement. Le fait que les personnes chargées de la confection de l'exposition soient également les guides chargés de sa visite n'est probablement pas anodin.

Plusieurs divergences similaires apparaissent dans les discours des archéologues et des autres personnels et on pourrait multiplier les exemples. Mais dans le fond, ce qui semble important, c'est une opposition nette dans les représentations du projet de communication des savoirs à proposer au public. Pour désigner ce projet, les archéologues utilisent plutôt le terme « vulgarisation », qui correspond à un travail nécessaire pour que les publics arrivent à comprendre leurs propos scientifiques. Elle est souvent associée à l'épithète « intelligente ». Une « vulgarisation intelligente » ou « de qualité » serait donc un travail qui rend accessible le discours scientifique sans le dénaturer. Le mot « médiation » est moins utilisé par les

archéologues ou plutôt comme l'équivalent d'une animation sans contenu cognitif : du côté des scientifiques, semble persister l'idée selon laquelle la médiation serait plutôt du côté de la forme, et que la forme s'opposerait au contenu cognitif, et donc, que plus il y a d'effort de médiation moins il y a de contenu. Cette médiation aurait tendance à trop simplifier les choses, à mettre en péril la dimension scientifique du discours et à fixer des images toutes faites de l'archéologie et du passé dans des discours trop péremptoirs. Le doute, les précautions prises dans le discours scientifique seraient évacuées par le travail de médiation et des informations tronquées, insuffisantes et peu précises seraient données. À la « vulgarisation intelligente », certains archéologues opposent ainsi la « médiation simplificatrice ». Néanmoins, il apparaît difficile aux interrogés, d'exemplifier ces deux tendances ou de préciser ce qui appartiendrait à l'une ou l'autre, même si la première est souvent comparée au niveau de discours tenu sur la chaîne télévisée *Arte*.

On pourrait opposer à cette représentation, que la médiation professionnelle n'est pas en soi simplificatrice : elle est révélatrice de la volonté de transmettre ou de faire partager. Par contre, la médiation qui serait une simplification pure du discours pourrait en effet n'être pas suffisante.

De manière assez évidente à l'inverse, les professionnels chargés de la médiation utilisent plutôt évidemment le mot « médiation » pour désigner leur travail. La médiation aurait pour objectif « d'accompagner » tous les publics (sans oublier personne), vers les contenus présentés.

Les mots « vulgarisation » et « médiation » ne désignent pas les mêmes réalités et pratiques, et l'usage de l'un ou l'autre est avant tout révélateur du rapport que les acteurs ont avec leur science, leur rôle dans la société et auprès des publics. Pour simplifier à l'extrême, la vulgarisation serait plutôt une action descendante qui part de ceux qui savent (le plus souvent des scientifiques) pour aller à ceux qui ne savent pas. Il s'agit donc d'apporter de la connaissance à un visiteur qui en serait dépourvu. La médiation, elle, se situerait à un niveau plus programmatique et serait destinée à créer des liens entre les publics et la science, en tenant notamment compte des connaissances préalables des publics. Le rôle de l'exposition n'est donc pas le même pour tous les interviewés : il s'agit de « faire apprendre » d'abord (quelques archéologues et professionnels chargés de la médiation considèrent que c'est le premier objectif), et pour les professionnels chargés de la médiation, de « faire comprendre » (la démarche archéologique ou un fait du présent par exemple) ou « se questionner » ou de faire « vivre une expérience » pour éveiller la curiosité. Cette vision du travail de la médiation amène de nouvelles exigences et notamment un rapport moins condescendant au public.

### *Une réflexion à mener sur la définition de la médiation auprès des archéologues et des spécialistes de la médiation*

Pour conclure, contrairement à ce qu'on lisait et ce qu'on lit encore parfois, la médiation de l'archéologie ne semble pas ou plus perçue comme un « mal nécessaire » pour les archéologues, qui en conçoivent parfaitement la nécessité et le profit à en tirer. Les représentations du travail de médiation sont ainsi largement partagées par les différents corps de métier et le travail



de coopération devrait donc être facilité.

Néanmoins, la non définition de ce que l'on entend par « médiation » ou « médiatisation » et la persistance de prénotions ont pour conséquence des incompréhensions, des luttes de pouvoir qui complexifient le travail en équipes et finalement, engendrent des incohérences dans l'exposition. La plupart des archéologues auraient plutôt une vision de la médiation renvoyant au paradigme d'un troisième homme (Jacobi, 1985), alors que les professionnels chargés de la médiation auraient plutôt l'idée d'une médiation comme production d'un lieu de relations possibles. Et cette différence fondamentale ne semble pas discutée et se cache sous les apparences d'un consensus mou. Ainsi, les représentations communes se révèlent en fait très divergentes lors du passage à l'action.

Néanmoins, c'est dans cette tension entre les visions des archéologues et des professionnels chargés de la médiation, que se construit actuellement la plupart des expositions d'archéologie. Et cette tension semble incontournable.

Mais en réalité, la dialectique créée par la confrontation du point de vue scientifique (qui garantit la qualité des savoirs présentés) et du point de vue de la médiation (qui garantit l'accessibilité de ces savoirs pour les publics) n'aboutit-elle forcément qu'à des problèmes ou des incohérences ? La réponse n'est pas si évidente. On observe aussi que cette tension peut mener à une créativité plus grande des deux « côtés » et peut même parfois produire de la richesse et de l'inventivité. En outre, cette collaboration amène les archéologues à questionner leur statut, leur pratique et leur rôle dans la société. En d'autres termes, cette dialectique devient créatrice si elle est discutée en interne et si elle fait l'objet d'évaluations régulières.

### **Références citées :**

CAILLET Élisabeth. 1996. « Les politiques de publics dans les musées ». *Hermès*, 20. Pp. 133-142.

CHEVEIGNÉ Suzanne De (dir.). 1997. *Hermès*, 21 : *Sciences et Médias*. CNRS Éditions (CNRS Communication).

COLLOQUE D'ANTIBES. 1988. L'archéologie et son image, actes du colloque du 29.30.31 octobre 1987. VIIe rencontres internationales d'archéologie et d'histoire d'Antibes. Éditions APDCA, Juan-les-Pins.

COLLOQUE DE BRUXELLES. 2009. *Archéologie et Médias : quelles représentations, quels enjeux ?* asbl Kinéon et ACE, Belgique, 5 novembre 2009.

DAVALLON Jean. 2006. Le don du patrimoine : une approche communicationnelle de la patrimonialisation. Hermès Sciences Publication (Communication, médiation et construits sociaux).

DEMOULE Jean-Paul, GILIGNY François, LEHÖERFF Anne et SCHNAPP Alain. 2002. *Guides des méthodes de l'archéologie*. La Découverte (Repères).

FALK John-H.. 2012. « Expérience de visite, identités et self-aspects. ». *La*

*lettre de l'Ocim*, 141, mai-juin 2012. Pp.5-14 (trad. Daniel Jacobi et Jason Luckerhoff).

JACOBI Daniel. 2012. « Exposition temporaire et médiations : la fin d'un paradigme ? ». Communication non publiée, Colloque *Médiation muséale et patrimoniale. Enjeux et perspectives*. 9 février 2012, Namur.

JACOBI Daniel. 1985. *Sémiotique du discours de vulgarisation scientifique*. Semen 2. Besançon.

JOURNÉE D'ÉTUDE DE PARIS. 2014. *Transmission et médiation des résultats de la recherche*. Institut National du Patrimoine / Ministère de la Culture et de la Communication, 26 et 27 novembre 2014.

JOURNÉE D'ÉTUDE D'ARLES. 2005. *L'Antique en images : Formes, transformations & déformations, du XVIe s. à nos jours*. Journée d'étude non publiée, organisée par le Pôle images-sons et recherches en sciences humaines - Maison Méditerranéenne des Sciences de l'Homme, 23 mai 2005.

MAURY Serge. 2009. « Le point de vue du médiateur », p. 67- 76, in *Les 8e rencontres d'automne du PREAC : Histoire des arts et archéologie : quelles spécificités et quelles complémentarités ?* / sous la direction de Vincent Guichard, 26-28 novembre 2008, Bibracte / Centre archéologique européen (format pdf).

PESEZ Jean-Marie. 1997. *L'archéologie ; mutations missions méthodes*. Nathan (128).

SCHALL Céline et VILATTE Jean-Christophe. À paraître 2013. « L'influence des représentations du « public populaire » sur la conception d'une exposition d'archéologie ». *Questions de Communication : À la recherche des publics populaires*, t.1, Presses Universitaires de Nancy, actes du colloque *Faire peuple*, Nancy – Metz les 20 et 21 octobre 2011.

SCHALL Céline. 2011-2013. *Les musées du Luxembourg et leurs publics : une analyse des stratégies de médiation*. Recherche à paraître sur les musées du Luxembourg, financée par le FNR, Luxembourg.

SCHALL Céline, Pôle d'Archéologie Interdépartemental Rhénan. 2011. *L'exposition Vestiges de voyages : 100.000 ans de circulation des hommes en Alsace : analyse interne, enquête de public, analyse sémiotique*. Etude non publiée.

SCHALL Céline. 2010. *La médiation de l'archéologie à la télévision : la construction d'une relation au passé*. Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication. Soutenue le 18 juin 2010, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.

SCHÄRER Martin R. 2011. « Qu'est-ce qu'un musée ? », pp. 103-113, in *Vers une redéfinition du musée ?* / sous la direction de François Mairesse et André Desvallées, L'Harmattan. *Muséologies*