

INSTITUTIONS CULTURELLES ET RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES

Entre performance communicationnelle et espérance médiationnelle

Camille Rondot

Maîtresse de conférences, CELSA Sorbonne-Université, GRIPIE EA 1498
camille.rondot@sorbonne-universite.fr

En 2020, dans un contexte de confinement, les institutions culturelles ont dû faire face à une période inédite de fermeture contrainte. Cet article, en partant du cas de deux institutions françaises parisiennes, le Grand Palais et le musée Jacquemart-André, s'intéresse à la façon dont ces dernières ont alors investi les réseaux sociaux numériques (RSN). Leurs expositions temporaires ne pouvant être parcourues, elles se sont alors déployées sur les dispositifs numériques : des expositions en ligne fortement valorisées sur les RSN. À partir d'une analyse sémio-discursive de leurs publications, ce travail interroge la rencontre et les liens à la fois forts et parfois paradoxaux entre logiques de communication et logiques de médiation.

Mots-clés : médiation, musées, réseaux sociaux numériques, confinement, sémiotique

In 2020, in a context of confinement, cultural institutions have faced closure. This paper deals with the case of two different French and Parisian cultural Institutions, Le Grand Palais and Jacquemart-André Museum. It explains how they have used digital social networks to promote and to show their temporary exhibitions. Based on a semio-discursive approach, this contribution question links between communication and mediation: can be contradictory or particularly relevant.

Mots-clés : mediation, museums, digital social networks, confinement, semiotic

Les réseaux sociaux numériques (RSN) font désormais partie de la vie d'un grand nombre d'institutions culturelles. Musées, centres d'art, bibliothèques, archives et autres s'attachent désormais à se créer une « présence en ligne ». En effet, au-delà des dispositifs informatisés plus classiques et directement liés à leur dimension médiationnelle *in situ* – catalogues en ligne, banques de données, etc. – et aux expérimentations en ligne comme les « expositions virtuelles », les institutions culturelles cultivent leur image dans des espaces informatisés dédiés.

Les RSN constituent selon nous un espace privilégié pour appréhender le déploiement croissant depuis les années 1990 d'un tournant gestionnaire au sein duquel la communication est devenue de plus en plus importante dans les institutions culturelles, et plus particulièrement dans les musées [Tobelem, 2005 ; Davallon, 1992]. Après avoir consacré plusieurs travaux de recherche au rôle des médias informatisés dans la circulation des archives [Rondot, 2017], et au rôle des RSN dans les bibliothèques [Chevry Pébayle & Rondot, 2018], nous nous interrogeons désormais sur le cas des musées. Plus particulièrement, le contexte récent de confinement en France, entre mars et mai 2020, a amené certaines institutions à renforcer leur déploiement en ligne souvent en s'appuyant sur leurs réseaux sociaux. De façon particulière, plusieurs d'entre elles se sont appuyées sur des expositions en ligne, originellement considérées comme complémentaires aux expositions *in situ*, qui sont alors devenues la seule façon d'y accéder, eu égard au contexte de confinement. À l'aune de ce constat, nous avons souhaité étudier les institutions culturelles ayant compté sur des expositions en ligne pour contrer leur fermeture. Ce choix témoigne à la fois d'un intérêt singulier porté au numérique – avant même la contrainte de la fermeture – et du croisement entre logiques communicationnelles et médiationnelles. Les sites web des institutions devenant alors non seulement des outils de communication mais aussi des outils de médiation.

Nous nous sommes alors intéressées à deux institutions culturelles françaises ayant déployé des expositions en ligne à côté d'expositions *in situ* : le Grand Palais avec son exposition Pompéi¹ et le musée Jacquemart-André avec l'exposition Turner². Le premier cas permet d'interroger le rôle du numérique au musée à plusieurs titres : tout d'abord parce qu'il s'agit d'une exposition numérique *in situ* ; ensuite parce que cette dernière se déploie en ligne sur le site du Grand Palais à travers la possibilité de consulter des vidéos et des contenus pédagogiques liés (dont certains sont aussi disponibles *in situ*) ; mais également du fait de sa valorisation sur les différents RSN de l'institution.

1. < <https://www.grandpalais.fr/fr/expo-pompei-chez-vous> > (consulté le 22 décembre 2020).

2. < <https://www.musee-jacquemart-andre.com/fr/decouvrez-visite-virtuelle-lexposition> > (consulté le 22 décembre 2020).

Le second cas, plus classique vient reproduire une « visite virtuelle à 360° » accompagnée des voix de multiples personnes : une vingtaine de personnes dont le co-commissaire de l'exposition et un ensemble de personnalités. Il traduit ainsi également une rencontre entre logiques de médiation – reproduire la visite et médier des contenus scientifiques – et de communication – mettre ces éléments dans la bouche de diverses personnalités.

Si cet article ne s'intéresse pas aux contenus de ces expositions virtuelles, il interroge la façon dont ces institutions culturelles peuvent se saisir des RSN pour mettre en œuvre leurs politiques de médiation et comment ces derniers viennent former et informer leurs pratiques, faisant se côtoyer des objectifs pluriels et parfois peut-être opposés. Les RSN deviennent une porte d'entrée dans ces expositions, un intermédiaire incontournable pour les valoriser. Ce faisant, et dans la suite de travaux antérieurs, leur analyse nous permet de questionner les entrelacements entre logiques de communication et logiques de médiation. Il s'agit d'un côté d'interroger les RSN – un cadre technique contraint à la fois d'un point de vue sémiotique et économique – et le rôle des institutions culturelles – un cadre médiationnel emprunt de logiques didactiques et politiques.

Dans la suite de nos travaux sur les enjeux de médiation sur les médias informatisés, nous verrons, dans quelle mesure, si l'articulation entre médiation (expliquer et valoriser des collections) et médiatisation (construire l'image de l'institution) peut se fondre au sein de ces dispositifs, elle constitue toujours une tension à éclairer.

Pour mener à bien cette analyse, nous déployons une méthodologie sémio-discursive des pages des différents réseaux de ces deux institutions culturelles. En nous appuyant sur la théorie des écrits d'écran et de l'architexte déployée par Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier [1999], nous nous sommes intéressées à la façon dont les dispositifs informatisés par leur cadre sémiotique forment et informent la communication. Nous analysons ainsi à la fois l'image du texte et les contraintes sémiotiques et techniques des cadres que sont les RSN. À côté de cette analyse des architextes, nous avons développé une grille d'analyse nous permettant d'analyser les contenus des publications sur les différentes pages sélectionnées : thématique abordée, mentions d'URL (interne à l'institution ou externe), présence de hashtags, médias présents (image, vidéo, etc.), utilisation de formes spécifiques comme les smileys.

Nous avons collecté l'ensemble de leurs publications entre le 13 mars et le 14 juillet 2020 pour le Grand Palais (Facebook, Twitter, Instagram & LinkedIn) et du 13 mars au 14 juin 2020 pour le musée Jacquemart-André (Facebook, Twitter, Instagram & Pinterest, cf. tableau ci-après). Ces bornes chronologiques correspondent d'un côté à l'annonce de la fermeture de ces

institutions suite à la décision de mettre en place un confinement et au retour à une situation dite normale (réouverture le 26 mai 2020 pour le musée Jacquemart-André et le 1^{er} juillet pour le Grand Palais). Au sein de ce corpus, la grande majorité est consacrée ou aborde les expositions temporaires présentées ci-avant, confirmant le rôle pivot des RSN dans la politique de communication des institutions culturelles.

Publications sur l'exposition / Publications collectées	Facebook	Twitter	Instagram	LinkedIn
Grand Palais	53 / 121	173 / 336	48 / 99	9 / 21
Jacquemart-André	47 / 67	44 / 64	42 / 60	Non concerné

Par ailleurs, l'analyse de notre corpus nous a permis de montrer la façon dont ces institutions culturelles, dans un contexte de confinement, investissent un cadre communicationnel contraint, les RSN. Ce faisant, ces derniers constituent un cadre particulièrement pertinent pour comprendre l'intrication entre logiques de communication et logiques de médiation, d'autant plus brouillées dans une situation où les lieux culturels sont fermés.

Nous rendons compte de l'articulation entre ces logiques à travers deux parties constituant deux entrées problématiques dans le sujet. Tout d'abord, dans une première partie nous nous intéressons à la façon dont les RSN constituent un régime de visibilité numérique qu'il ne faut pas naturaliser. En effet, ils multiplient les contraintes et orientent la façon dont les institutions communiquent : entre recherche d'esthétisme, notamment liée à la forte présence des images, avec des « effets de cadrages photogéniques » et multiplications des formats, comme les *live* et les vidéos pour donner du dynamisme et ancrer l'institution dans une démarche active. Ces différents éléments permettent de voir comment le recours au numérique et les injonctions liées ancrent les institutions culturelles dans une temporalité bien spécifique. La visibilité est dépendante d'une forte présence sur les RSN et amène donc les institutions culturelles à embrasser une temporalité liée. C'est l'objet de la seconde partie de cette contribution. L'investissement des RSN n'est pas sans conséquences, les institutions culturelles doivent réagir, animer, en somme les faire vivre. Cela se traduit à la fois par une nécessité de capitaliser sur ces nombreuses publications, devenant au fur et à mesure des témoignages de ce qui a été ; et par une obligation de publier, les ancrant dans une tyrannie du présent.

LES INSTITUTIONS CULTURELLES EN RÉGIME DE VISIBILITÉ NUMÉRIQUE

Entrer dans les institutions culturelles par les RSN constitue un prisme analytique particulièrement heuristique. D'un côté, cela nous amène à nous questionner sur la mise en signe et en ligne de leur identité, de l'autre côté cela implique d'envisager cette question de leur identité à l'aune de la dialectique entre médiatisation et médiation, dont les enjeux sont particulièrement fondamentaux quand il s'agit d'institutions dont la compétence principale est la médiation culturelle. Plus particulièrement, nous proposons dans ce premier temps de questionner cette tension selon deux modalités différentes : au regard de la compétence propre de l'institution, puis au regard de sa sémiotisation dans un dispositif fortement régi par des logiques économiques et communicationnelles. Dit autrement, nous nous interrogeons sur la façon dont l'analyse de l'inscription des institutions culturelles dans les RSN constitue une manière d'aborder des logiques d'industrialisation des objets culturels, venant alors jusqu'à questionner leurs transformations sémiotiques.

Entre l'auto-représentation des sujets et l'automatisation de la production des pages web dites « personnelles », l'image ambivalente d'une « fabrique de soi » invite donc à penser les identités comme des constructions techno-sémiotiques matérialisées à l'écran et non pas comme des essences qui préexisteraient. [...] Partons donc de cette hypothèse : les dispositifs du web contemporain déclinent les identités des internautes entre des positions d'auteur, de pair et de client. [Gomez-Mejia, 2016, p. 22-23]

Comme l'explique Gustavo Gomez-Mejia, les RSN constituent des objets particulièrement cadrés et cadrant la communication. Reprenant ici sa triade de posture et d'enjeux, nous nous intéressons à la façon dont ce qui s'affiche à l'écran traduit la rencontre entre plusieurs modalités de représentation : entre « positions d'auteur », – s'énoncer dans un dispositif – inscription dans un système où la logique de « pair » a encore tout son sens, – le tout fortement régi par un système de recommandation et des valeurs liées aux origines du web – et logique économique pouvant faire de celui qui écrit comme de celui qui consulte un client – à la fois sur l'espace du web et dans la visite que la consultation sur les réseaux pourrait impliquer.

Ce cadre constitué par les RSN inscrit les institutions culturelles au sein d'un régime de visibilité numérique. Nous considérons ici que la visibilité traduit une conception particulière de la communication dans laquelle les acteurs et les institutions doivent être visibles (c'est-à-dire vus et manifestes).

Or, comme nous l'avons démontré dans d'autres travaux, cette visibilité n'est pas seulement une compétence acquise mais s'appuie également sur les propriétés des corps, c'est-à-dire sur la nature de l'institution [Rondot, 2015, p. 53]. Cela nous ramène à questionner l'articulation entre la médiation – comme compétence – et la médiatisation – comme modalité d'être au monde.

Des « effets de cadrages photogéniques »

Ce régime de visibilité numérique propre aux RSN s'appuie sur des architectes très contraints : qu'il s'agisse de Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest ou YouTube, chacun d'entre eux instaure des modalités de mise en circulation d'objets culturels. C'est notamment pour cela que nous avons choisi ici de ne pas nous focaliser sur un dispositif unique mais plutôt de proposer une lecture orientée de leur ensemble. De cette manière, nous cherchons à mettre en évidence un ensemble de formes et de logiques saillantes à fois propres aux RSN en général et propres à certains RSN de façon plus spécifique.

Le premier élément ressortant de notre analyse des comptes du musée Jacquemart-André et du Grand Palais, est le lien indéfectible entre texte et image : rares sont les publications sans textes et rare sont les publications sans images. Ainsi, si l'on peut penser trouver davantage de contenus courts et textuels sur Twitter et des contenus plus imagiers sur Instagram, il n'en est rien. Sur les comptes analysés, les choix éditoriaux laissent à penser que chaque publication doit reposer sur l'articulation entre image(s) et texte(s). Le lien de hiérarchisation semble davantage émaner du cadre, c'est-à-dire de l'architecte, qui construit lui-même une relation particulière entre les deux : sur Instagram et Pinterest, l'image occupe davantage d'espace sur les publications ; sur Facebook et Twitter, le texte précède l'image. Sur ces différents dispositifs, la sémiologie passe par un ordre de lecture pouvant différer : de l'image au texte ou du texte à l'image. Ce qui se joue dans cette relation et dans ses variations nous semble particulièrement intéressant quand il s'agit d'institutions dont la compétence principale est la médiation culturelle. Les dispositifs, par leur architecte viennent ainsi construire un rapport à l'objet culturel, ou tout du moins à son image médiatisée et médiée sur les RSN. Dans cette perspective, le choix des images comme le choix des textes et leur rôle traduisent une conception particulière de la culture et de sa circulation.

Pour investiguer ces relations, nous avons procédé à une analyse du rôle des images sur les différents comptes des deux institutions. Elles donnent à la fois la tonalité de leur ligne éditoriale ainsi que des indices sur le régime de visibilité propre au web. Le premier élément qui ressort de notre analyse des images est lié à la ligne éditoriale des comptes des deux institutions : la majorité des publications a pour sujet les deux expositions temporaires phares des

deux institutions, *Pompéi* au Grand Palais et *Turner* au musée Jacquemart-André. Une autre similitude relève quant à elle du contexte de déploiement de ces expositions, la première devant initialement débiter le 25 mars 2020 et la seconde le 13 mars 2020, le calendrier des deux a été fortement chamboulé par la fermeture des deux établissements liée au confinement. Dans cette perspective, l'impossibilité de visiter l'exposition donne aux RSN et au numérique une fenêtre inédite pour porter la visibilité de l'exposition, ainsi que celle du lieu, qu'elle se déploie *in situ* ou en ligne.

L'exposition est ainsi signifiée selon plusieurs modalités d'emploi des images : essentiellement fixes avec des photographies pour Jacquemart-André, mais aussi souvent animée, dans le cas du Grand Palais. Sur ces images fixes et animées, l'exposition devient le premier motif de représentation. Celle-ci est signifiée de différentes manières : d'abord, avec des peintures ou des œuvres détournées, c'est-à-dire non liées au lieu d'exposition. Ici, l'œuvre est seule, elle n'est ni montrée dans une salle d'exposition, ni montrée ou regardée par un.e ou des visiteur.es. Ensuite, ces mêmes peintures ou œuvres peuvent également être montrées en contexte d'exposition : souvent dans une salle vide venant à la fois signifier le contexte de fermeture du musée, et l'idée d'une rencontre unique et inédite entre l'internaute et l'œuvre.

Ainsi se retrouve-t-on face à des logiques de figuration tenant comme composants essentiels d'une visite culturelle la contemplation des images et des objets patrimoniaux via un déplacement visuel et la transmission d'un savoir par des textes. En effet, et au-delà des limites techniques, l'absence de figuration dans les écrits d'écran d'autres visiteurs, dont la présence est pourtant inhérente à un lieu hyper-fréquenté, tend à indiquer que l'idéal-type de pratique qui se dégage des écrits d'écran étudiés par la circulation entre les images et les textes est celui d'une relation exclusive aux objets patrimoniaux.
[Renaud, 2017, p. 73-74]

Comme les visites virtuelles du Château de Versailles analysées par Lise Renaud, les images mises en circulation sur les RSN connotent un imaginaire de visite individuelle dans des lieux vides. Si cette situation est particulièrement mise en signe sur les RSN du musée Jacquemart-André, les publications du Grand Palais laissent, quant à elle, apparaître du public – sans doute pas dans des jours d'hyper-fréquentation.

À côté de ces publications montrant des œuvres seules et d'autres montrant des œuvres dans les salles, certaines images viennent directement connoter l'invitation à la visite : sur ces images, les salles et œuvres sont montrées à partir du cadre d'une porte. L'internaute est alors invité à entrer dans les

salles du musée. Ces images sont d'autant plus intéressantes qu'elles viennent redoubler la logique du cadre qui nous intéresse particulièrement dans cet article : du cadre des RSN, au cadre photographique, en passant par l'encadrure de la porte. C'est ici à la fois un chemin de visite qui se crée et un regard particulier sur l'institution et la façon dont elle peut et doit se pratiquer.

La logique de lieu est ici particulièrement importante pour comprendre ce qui se joue dans ces écrits d'écran : comme la visite virtuelle prétend reconstituer la visite traditionnelle d'un lieu culturel, les RSN entendent donner une image de l'institution culturelle et de ce qui se déroule entre ses murs. À ce titre, la représentation des lieux constitue souvent un repère sémiotique : au parcours de visite se substitue le fil des RSN, un fil au sein duquel l'internaute découvre ou redécouvre l'institution. Il peut alors y voir des images de l'intérieur du bâtiment, par exemple pour signifier la réouverture des lieux ou pour le signifier en tant que motif de visite lui-même. Dans ce dernier exemple, le recours aux images d'archives est particulièrement efficace : lieu patrimonial il est aussi ce qui fait que la visite virtuelle ne peut finalement pas se substituer à la découverte des lieux *in situ*.

Au fil de l'analyse de ces différentes images, nous avons mis au jour l'importance des cadres : ceux des œuvres, ceux des médias informatisés. Ces cadres jouent sur l'image, dans un contexte où elle est particulièrement plébiscitée par un ensemble de RSN. En effet, il ne s'agit pas seulement de médiatiser ou de médier des contenus, il s'agit également de le faire bien, avec finalement des « effets de cadrages photogéniques », et donc, une importance particulière des logiques de communication.

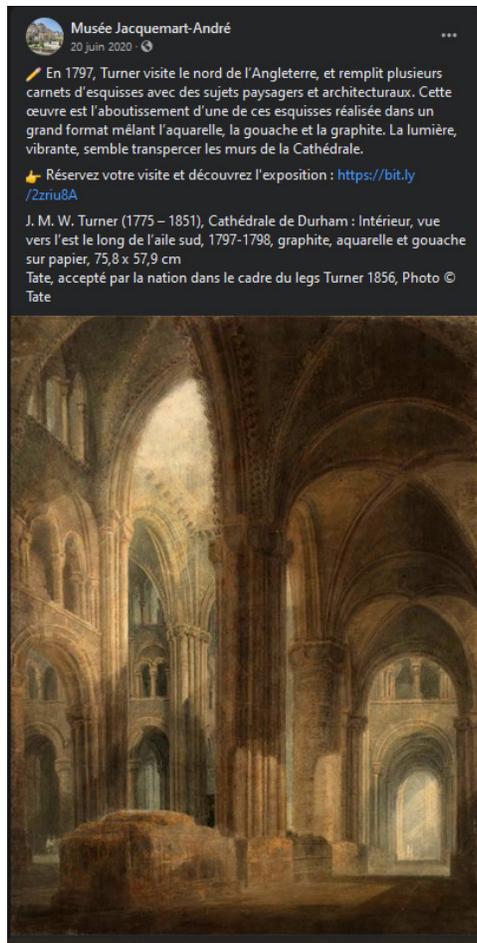
Entre variation des formats et mise en action de l'institution

La mobilisation constante des images sur les fils de ces institutions s'inscrit dans un contexte plus large, celui des RSN. Mobilisées pour leur facilité à circuler et à faire sens, elles sont aussi empreintes de valeurs esthétiques : il ne s'agit pas seulement de médier et de médiatiser des contenus, il s'agit avant tout de le faire bien. Et si leurs qualités esthétiques constituent un enjeu majeur dans la mise en circulation des contenus produits par l'institution elle-même, c'est notamment parce que les énonciateurs sont nombreux sur les RSN. Dans ce cadre, produire l'image qui va circuler, c'est aussi s'assurer de pouvoir lui attacher un ensemble d'informations, de métadonnées permettant *in fine* de garder la logique documentaire propre au cadre muséal. Les fils des institutions constituent alors des espaces au sein desquels il est possible de maintenir la rigueur de ces logiques de médiation et de conservation, tout en jouant le jeu de la mise en communication sur le web. Pour ce faire, les institutions que nous avons analysées s'appuient sur plusieurs ressorts

sémio-discursifs : le référencement systématique des œuvres permettant de faire image, la sollicitation de paroles d'experts, la mobilisation de formes médiationnelles.

Le référencement systématique des œuvres faisant image est la première sémiotisation de la fonction documentaire de ces institutions culturelles : elles classent, référencent des œuvres dans une logique de collection. Au musée Jacquemart-André, les publications présentant des œuvres sont ainsi systématiquement accompagnées d'un texte s'achevant par un ensemble d'informations, tels les cartels dans les espaces d'exposition.

Figure 1. Page Facebook du musée Jacquemart-André, 20 juin 2020. Présentation d'une œuvre de Turner



Au Grand Palais, où les images d'œuvre sont moins fréquentes, nous retrouvons également ces modalités de présentation, mais également d'autres modalités selon lesquelles ce qui est référencé n'est pas forcément l'œuvre, mais justement l'image de l'œuvre. Dans ce second cas (figure 2), la logique documentaire diffère : l'œuvre n'est plus présentée en tant que telle mais pour ce qu'elle est censée représenter, ici l'impressionnisme.

Figure 2. Page Instagram du Grand Palais, 2 avril 2020. Œuvre de Renoir dans le cadre de la présentation d'un MOOC à suivre sur l'Impressionnisme



Ces deux cas de figure, non exhaustifs, témoignent du rôle des images et du rapport complexe entre l'image et l'œuvre, ou comme le dit Cécile Tardy entre l'original et son substitut.

Dans cette marche vers l'usage des substituts dans le contexte d'une médiation pour les publics, l'enjeu pour le musée est d'entretenir une dynamique d'échange entre l'original et son substitut afin que le second ne conduise pas à l'oubli du premier et, au final, à celui du musée. Car de cette relation entre le substitut et l'objet qu'il représente dépend la reconnaissance sociale de l'institution muséale comme institution chargée de garantir l'authenticité de ses collections. [Tardy, 2015, § 7]

Au-delà du statut de l'institution, ces différentes modalités de représentation permettent de saisir la polychrésie [Jeanneret, 2008] des images sur les RSN, tout comme des enjeux liés à la numérisation des œuvres, en situation de médiation. Insérées dans un dispositif conçu pour les faire circuler, leur éditorialisation vient ici exemplifier les transformations sémiotiques qu'elles peuvent subir.

Ces transformations s'inscrivent dans un dispositif traduisant une posture éditoriale de la part des institutions culturelles dont il est question. Dans ce cadre, ce sont également elles qui continuent à garantir l'authenticité des collections. Pour ce faire, elles mobilisent sur les RSN plusieurs

procédés afin de garantir et de montrer leur expertise. Le premier élément saillant identifié dans notre corpus a trait à la mobilisation d'experts. Au musée Jacquemart-André, ils apparaissent dans la visite virtuelle, commentée par le commissaire d'exposition. Au Grand Palais, cela se traduit notamment par l'organisation de *live* et de vidéos explicatives. Durant notre période de collecte, sur Facebook, nous avons dénombré sept *live* liés aux contenus culturels proposés par le Grand Palais dont trois sur l'exposition en cours :

- le premier fait intervenir une historienne (figure 3) pour parler des « secrets de la Villa des Mystères de Pompéi » (21 minutes 49) ;
- le deuxième, une chargée de projets culturels à propos de la mythologie (33 minutes 55) ;
- le troisième, un vulcanologue pour nous parler de l'éruption du Vésuve (38 minutes 53).

L'historienne, en plus d'un *live*, est mise en scène dans cinq publications présentant d'autres vidéos (entre 1 minute 46 et 2 minutes 14 pour la plus longue).

L'intervention de ces experts, en mouvement, montre la capacité de l'institution culturelle à mobiliser les spécialistes du sujet mais aussi à les choisir. En ce sens, leur présence sur sa page Facebook vient personifier sa propre expertise. Cette dernière se manifeste également à travers la mobilisation d'un ensemble de formes médiationnelles comme des frises chronologiques et des MOOC.



Figure 3. Publication du Grand Palais sur Facebook, le 16 avril 2020

Ces différents exemples s'ajoutent à la multiplication des formats sur les RSN des institutions culturelles analysées : vidéos – courtes et longues ; photographies – d'œuvres, du bâtiment, des salles d'expositions, d'affiches, liens vers d'autres pages, sondages, etc. Cette diversité constitue un moyen de montrer l'institution en action tout autant que l'institution en évolution. Nous pouvons ainsi considérer les RSN comme particulièrement propices pour les institutions culturelles afin d'aller à l'encontre des discours les présentant comme poussiéreuses et peu modernes. De l'autre côté, ils viennent entériner un certain nombre d'injonctions invitant les institutions culturelles à embrasser le numérique sous toutes ses formes³.

Les RSN contribuent à inscrire les institutions culturelles dans un régime de visibilité propre, dans lequel, il s'agit d'abord d'être vues et reconnues. Dans cette perspective, les RSN permettent de donner à lire et à comprendre leur posture d'autorité quand il s'agit du patrimoine. Ceci passe par l'orchestration de plusieurs niveaux de lecture permettant de répondre à plusieurs enjeux communicationnels [Jeanneret & Rondot, 2013] : principalement des enjeux didactiques (expliquer des objets de cultures) aux enjeux métacommunicationnels (faire comprendre ce qu'est l'institution). De façon transversale, la mobilisation d'un ensemble de formes, à la fois propres aux RSN et à la médiation et leur rencontre sur des dispositifs informatisés particuliers, vient démontrer la capacité de ces institutions culturelles à s'inscrire dans une autre temporalité.

UNE MÉDIATION ÉVÉNEMENTIALISÉE : ENTRE PROMESSE DE REMONTER LE FIL DE L'INSTITUTION ET ANIMATION PERMANENTE

Si les RSN inscrivent les institutions culturelles dans un régime de visibilité propre au numérique, cela se traduit également de façon temporelle. La recherche exploratoire que nous avons menée ici, nous a amenées dans un premier temps à explorer des pages (Facebook), des fils (Twitter), des tableaux (Pinterest), des profils (Instagram), etc. Autant de modalités de mise en signe

3. Concernant les injonctions, nous faisons référence aux travaux d'Éva Sandri et notamment à sa recherche doctorale : Éva Sandri [2016], *L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie*, thèse en sciences de l'information et de la communication, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse – Université du Québec à Montréal, Centre Norbert Elias ; ainsi qu'au numéro des *Enjeux de l'information et de la communication* sur le sujet : Lucie Alexis, Sébastien Appiotti, Éva Sandri, « Présentation du supplément 2019 A : les injonctions dans les institutions culturelles », *Les enjeux de l'information et de la communication*, n° 20/3, < <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2019/supplement-a/00-presentation-du-supplement-2019-a-les-injonctions-dans-les-institutions-culturelles-ajustements-et-prescriptions/> >.

venant à la fois révéler l'existence de logiques documentaires antérieures et le rôle prédominant de la temporalité. Dans cette seconde partie, nous nous intéressons d'abord aux enjeux de rencontre entre temporalité du web et temporalité du patrimoine puis nous verrons que la rencontre entre les deux amène les institutions culturelles à intensifier leur présence dans un présent toujours plus événementialisé.

La rencontre entre temps du web et temps du patrimoine

L'investissement des RSN par les institutions culturelles s'inscrit de façon plus large dans le déploiement de la communication dans les institutions culturelles. En nous appuyant sur les travaux de Jean Davallon, nous nous attachons ici à la façon dont l'analyse communicationnelle du patrimoine peut permettre d'interroger de façon plus précise le rôle de la communication – dans un sens plus restreint – dans la constitution de ce dernier.

Mais, il est tout aussi certain qu'une des questions majeures qui se pose reste la mobilisation de l'intérêt et de l'attention des publics pour ces objets ; et surtout sa pérennisation. C'est la fonction de la diffusion des documents de promotion, de l'édition de vulgarisation, des reprises par les médias des différentes informations pour produire des articles ou des émissions, des usages ou des citations à des fins touristiques [Frayse, 2009]⁴ – sans compter, dorénavant, les commentaires ou les photos présents sur internet ou les réseaux sociaux – ; diffusion qui fait exister l'objet à travers des représentations. Tous ces modes d'existence dérivés visent à le conforter, tout en infléchissant éventuellement ces représentations et en cherchant à les installer dans la durée. [Davallon, 2016, § 31]

La communication comme condition de mise en circulation des institutions et des objets culturels nous amène ici à questionner la façon dont elle peut également s'inscrire dans une logique de médiation. Une médiation à plusieurs niveaux : sectorielle, la médiation culturelle ; techno-sémiotique, la médiation informatisée. La jonction des deux nous met face à l'analyse des conditions de possibilités permises par la mise en circulation de ces objets sur le web et plus particulièrement sur les RSN. Dans cette idée, la rencontre entre le dispositif informatisé et les enjeux de médiation de ces institutions permet d'interroger le sens de ces écrits d'écran et leurs spécificités sémiotiques.

4. Patrick Fraysse, « La "schématisation" des bastides : une écriture entre sciences, imaginaire social et industrie touristique », *Culture & Musées*, 2009, n° 14, p. 87-107. < http://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2009_num_14_1_1508 >.

Comme nous l'avons montré précédemment, les RSN constituent des espaces sémiotiques contraints, des cadres, dans lesquels les institutions culturelles peuvent mettre en circulation un ensemble de signes. Régis par une logique tabulaire, ils offrent à ceux qui les consultent une liste de publications qu'ils peuvent généralement aimer ou partager (avec des vocabulaires propres à chacun des réseaux). Ces formes sont dans la plupart des cas organisées selon une logique documentaire temporelle commune, une présentation rétro-chronologique : ce qui s'affiche à l'écran est toujours ce qui est le plus récent, libre à celui qui consulte ces dispositifs de *scroller* afin de consulter des publications antérieures.

Cette logique de partir du présent pour appréhender le passé dans un deuxième temps n'est pas sans faire écho au processus de patrimonialisation théorisé par Jean Davallon. Il met en évidence le caractère construit du patrimoine, un regard du présent sur le passé. Dans la suite de ces travaux, des chercheur.es comme Cécile Tardy montrent l'importance fondamentale de l'écriture dans le processus de patrimonialisation : un processus non figé qui continue à opérer une fois le statut de patrimoine octroyé à des objets. Ils permettent également d'inscrire la représentation de ces objets dans le temps long.

Ce qui nous intéresse ici dans les travaux de ces chercheurs est le caractère continu et processuel du concept de patrimonialisation. Dans ce cadre, la communication constitue non pas seulement un moyen de donner de la visibilité à des objets de patrimoine mais a également sa part dans le processus. Selon nous, ceci repose notamment sur la capacité d'archivage des dispositifs analysés.

Nous y avons été confrontées dans le processus de collecte réalisé pour cette recherche : partant du présent de la collecte, nous sommes ensuite remontées jusqu'aux dates définies pour délimiter notre corpus. Nous avons ainsi, à la fois dans la consultation et dans la collecte, remonté le fil de ces institutions sur les derniers mois. Cela nous a permis de mettre en évidence le caractère signifiant de ces ensembles qui constituent des unités sémiotiques – presque malgré elles. Considérer la page Facebook du Grand Palais comme une unité sémiotique, nous amène à comprendre cette page comme une représentation de l'institution. L'archivage se produit dès qu'une publication est supplantée par une autre, c'est-à-dire dès qu'elle n'est plus une représentation du présent et qu'elle devient une représentation du passé de l'institution. Dans cette idée, les *live* Facebook sont particulièrement signifiants. Conçus pour être vus en direct, ils sont rapidement transformés en témoignages passés, en ressources potentiellement mobilisables. Une visite virtuelle d'une exposition en *live*

change ainsi de statut dès que le direct n'est plus, venant ainsi témoigner du caractère changeant et évolutif des formats mobilisés par l'institution.

Au-delà du changement de statut sémiotique de ces objets, l'archivage de ce type de format vient également témoigner de pratiques supposées. En proposant des vidéos de plus de 30 minutes, l'institution culturelle inscrit la consultation de ces formes dans un cadre pouvant dénoter de celui des RSN. Le fil Twitter, comme la page Facebook deviennent non plus seulement des dispositifs de représentation du présent, de l'immédiateté mais aussi des espaces permettant d'héberger des ressources de médiation.

Une tyrannie du présent et de la visibilité...

La place centrale donnée au présent sur les RSN vient rencontrer la place de plus en plus forte donnée à l'événementiel dans les institutions culturelles. Elle fait écho à une tendance que pointait déjà Daniel Jacobi en 1997 dans la Lettre de l'Office de coopération et d'information muséales (OCIM).

La tyrannie de l'exposition signe l'irrésistible irruption de la communication dans le monde des musées. Le fait que c'est dorénavant le média exposition qui rythme la vie des musées a une série de conséquences [...]. [...] consacrant ainsi l'éphémère et le renouvellement comme modèle de fonctionnement du musée (p. 10). [...] Toute exposition est faite pour être vue : le concepteur qui écrit une exposition prévoit et inscrit en creux dans son discours la place du récepteur (p. 11). [Jacobi, 1997, p. 10-11]

Cette tyrannie de l'exposition vient alors rencontrer une tyrannie du présent [Rondot, 2015] concrétisée sur les RSN : sans alimentation et sans actualisation fréquentes, l'institution semble s'éteindre, comme si l'absence de publications venait signifier une absence d'activité. Dans cette perspective, les missions traditionnelles du musée et notamment celle de la conservation, surtout en lien avec les collections permanentes sont moins voire peu valorisées.

Ceci se fait au profit des expositions temporaires qui viennent rythmer le quotidien des institutions : agissant comme prétexte à communiquer, elles les inscrivent dans une forme de mouvement perpétuel, venant entériner un modèle de communication culturelle bien particulier. Aussi bien présentes dans les institutions culturelles ayant des collections permanentes que dans celles n'en ayant pas, elles sont aujourd'hui naturalisées et fortement valorisées. Elles amènent ainsi des impératifs de communication se déployant sur plusieurs temporalités. En amont, il faut communiquer sur leur futur

démarrage, attirer les éventuels publics, en somme créer de l'attente et du désir. Pendant l'exposition, il s'agit de faire vivre l'exposition, de continuer à lui donner de la visibilité tout en s'appuyant sur un catalogue d'activités annexes permettant une animation, si ce n'est constante mais toujours latente. Dans un après, il est alors temps de se féliciter du succès de l'exposition, souvent traduit dans le décompte d'un nombre de visiteurs. Si l'article de Daniel Jacobi pointait déjà ces éléments en 1997, nous les retrouvons aujourd'hui. Or, et c'est ce que nous avons cherché à investiguer ici, les RSN semblent particulièrement appropriés pour embrasser cette logique quantitative et temporelle.

Ainsi, la place de plus en plus importante accordée aux logiques quantitatives, quand il s'agit de communiquer le succès des expositions, vient faire écho à l'essence même du web dit 2.0. Au sein de ce dernier, la logique quantitative est fondamentale, les systèmes de recommandation mis en place sont comptables : un site culturel à voir est un site qui a été bien noté par de nombreuses personnes. Dans cette même logique, une exposition considérée comme notable est souvent une exposition qui a attiré un public particulièrement nombreux. La reconnaissance, l'autorité ne sont plus celles de l'expert mais de la foule. Or, cette dimension quantitative ne saurait exister sans l'adjonction d'un critère de temporalité. Tout comme des commentaires trop anciens peuvent laisser planer le doute sur la qualité actuelle d'un site culturel ou tout simplement d'un restaurant, les institutions culturelles se doivent inlassablement de reproduire leurs performances et de les montrer. Dans ce cadre, l'investissement des RSN contribue à alimenter cette quête effrénée du présent. Et si certains dispositifs comme Pinterest ne s'inscrivent pas dans cette temporalité, Facebook, Twitter, Instagram ou encore LinkedIn font du présent et de l'immédiateté un critère de succès.

Au cœur de cette tyrannie du présent et de cette quête du visiteur – en grand nombre – les RSN permettent de révéler un certain nombre de paradoxes. Si, comme le montre Lise Renaud, la visite idéale représentée place le visiteur dans une rencontre solitaire avec les œuvres dans des lieux vidés de leurs publics, alors, les logiques comptables semblent peu pertinentes. Si le rôle premier des institutions culturelles est bel est bien d'allier conservation et médiation dans des logiques temporelles longues, alors l'immédiateté des RSN et l'éternelle événementialisation des expositions constituent des injonctions paradoxales. En somme, une rencontre difficile entre logiques de communication et de médiation.

CONCLUSION

Au cœur de cette recherche se trouve un questionnement sur le rôle de la communication dans les institutions culturelles et sur les enjeux de proposer une approche communicationnelle. Au-delà de quantifier ou de qualifier la présence des institutions, nous nous sommes attachées à montrer dans quelles mesures, l'investissement des RSN constitue un observable particulièrement signifiant pour comprendre un certain nombre d'enjeux auxquels elles font face.

Questionner le recours aux RSN par les institutions culturelles nous a amenées à montrer comment elles sont de plus en plus confrontées à des logiques de mise en visibilité : il s'agit de montrer ce que l'on fait pour concrétiser ces mêmes actions. La communication opère comme une performance : montrer une forme de réussite tout en montrant une action en cours.

En jouant sur les représentations des musées et des institutions culturelles proposant des expositions, elles mettent en signe leur dynamisme, leur mise en mouvement perpétuelle. En embrassant la logique rétro-chronologique du web, elles alimentent un fil continu d'actions, d'actualités, d'événements. L'événement n'est alors plus une rupture mais une norme : le quotidien étant de savoir comment capitaliser dessus.

Au-delà de l'événement et du temps présent, il s'agit également de pérenniser, d'enregistrer ce qui a eu lieu. Cela se traduit par le changement du statut sémiotique des publications : un *live* devenant un témoignage d'un événement et même une ressource qu'il sera ensuite possible de mobiliser.

Par la mise en évidence de ces enjeux pluriels, cet article entend poser la question du rôle de ces pages, fils, tableaux. Dans quelles mesures ces cadres viennent-ils contribuer à construire et à instituer l'image d'une institution tout en lui permettant de mettre en œuvre ses missions ? Les RSN mettent en circulation des représentations de ces mêmes institutions et des objets culturels. Ils synthétisent dans un espace normé la rencontre entre logiques communicationnelles et médiationnelles : entre injonctions paradoxales et réponse efficace à une mise en scène de l'action et du dynamisme.

BIBLIOGRAPHIE

Chevry Pébayle, E. & Rondot, C. (2018). « Affiches publicitaires numérisées et réseaux sociaux numériques : enjeux stratégiques et sémiotiques pour les bibliothèques ». *Études de communication*, 51 (2), p. 79-94. < <https://www.cairn.info/revue-etudes-de-communication-2018-2-page-79.htm> >.

- Davallon, J. (2016). « Penser le patrimoine selon une perspective communicationnelle ». *Sciences de la société*, 99, p. 15-29. < <https://journals.openedition.org/sds/5257> >.
- Davallon, J. (1992). « Le musée est-il vraiment un média ? ». *Publics et Musées*, 2, p. 9-123. < https://www.persee.fr/doc/pumus_1164-5385_1992_num_2_1_1017 >.
- Jeanneret, Y. (2008). *Penser la trivialité*. Volume 1. *La vie triviale des êtres culturels*. Paris, Hermès science publications-Lavoisier.
- Jeanneret, Y. & Rondot, C. (2013). « Médiation de la médiation au musée du Louvre. Des logiques de recherche au sein d'un projet politique ». *Les enjeux de l'information et de la communication*, n° 14/1, p. 131-147. < <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2013-1-page-131.htm> >.
- Jeanneret, Y. & Souchier, E. (1999). « Pour une poétique de l'écrit d'écran », *Xoana. Images et sciences sociales*, « Le multimédia en recherche », n° 6, p. 97-107.
- Gomez-Mejia, G. (2016). *Les fabriques de soi ? Identité et industrie sur le web*. Paris, Mkf Éditions.
- Jacobi, D. (1997). « Les musées sont-ils condamnés à séduire toujours plus de visiteurs ? », *La Lettre de l'OCIM*, n° 49, p. 9-10.
- Tardy, C. (2015). « La médiation d'authenticité des substituts numériques ». In *Mémoire et nouveaux patrimoines*. Marseille, OpenEdition Press, 2015. < <http://books.openedition.org/oep/453> >.
- Renaud, L. (2017). « Versailles sur écran. Promesses touristiques numériques et visite fantasmée ». *Communication & Langages*, n° 191, p. 67-81. < <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2017-1-page-67.htm> >.
- Rondot, C. (2017). « Penser le devenir et la circulation des communiqués de presse des conseils des ministres : trajectoires de la décision politique ». In Wrona, A. et Seignobos, É. (dir.), *La fabrique de l'autorité. Figures des décideurs en régime médiatique*, Neuilly-sur-Seine, CELSA Paris-Sorbonne ; Paris, Les Petits matins.
- Rondot, C. (2015). *Représenter et incarner une organisation internationale, analyse d'une prétention communicationnelle sur le site internet de l'Unesco*. Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Jeanneret, P.-Y. et Le Breton-Falézan, I. : Université Paris-Sorbonne.
- Tobelem, J.-M. (2005). *Le nouvel âge des musées : les institutions culturelles au défi de la gestion*. Paris, Armand Colin.