



Journées professionnelles
> les 30/11/2010 et 01/12/2010
les Abattoirs, Toulouse

**La médiation écrite en art contemporain.
Un espace partagé**
**De la fiche de salle au cartel développé,
le devenir des paroles sur l'art dans la médiation**

Compte-rendu de l'atelier 6

**Textes de médiation et écrit de presse : écarts et
parallèles :**

Yann Lechevalier, Journaliste culturel, Critique, Rédacteur en chef du magazine
Parcours des arts,

Participants

Chaque atelier commence par une présentation de l'intervenant et des participants

Référente de l'atelier : Cécilia Tavernier, la Cuisine, Negrepelisse

Secrétaires : Patricia Scribe, Atelier Blanc et Myriam Gaufichon, Moulin des arts

Isabelle Crampe, Présidente de l'association Nayart

Delphine Fabro, Graphiste

Myriam Gaufichon, chargée de médiation à l'atelier blanc, Villefranche de Rouergue

Sorana Muteanu, intervenante association stARTE

Virginie Noël-Guillon, Chargée de mission, Service culturel de Pamiers

François Piettre, association Chemin des arts en Armagnac

Présentation de l'atelier

Au sein de l'atelier 6 des journées professionnelles du laboratoire des médiateurs en art contemporain de Midi-Pyrénées autour de la médiation écrite en art contemporain, Yann Le Chevalier a animé un échange autour des parallèles à faire entre textes de médiation et écrits de presse. Il a tenu à nous faire partager quelques fondamentaux de la presse écrite à réutiliser dans la production des textes de médiation/communication de nos structures. Nous avons ainsi distingué les « écrits à usage interne », relatifs aux publics des espaces d'expositions et les « écrits à usage externe », écrits de communication à visée extérieure. Les questions de formes ont

aussi été abordées. Elles sont fondamentales à la bonne réception de l'information.

Les types de textes

Avant chaque écrit, la question fondamentale à se poser est celle du destinataire (public ou lectorat) :

- Pour qui écrit-on ?
- Écrits à usage interne à la structure ou externe ?
- Quel niveau pour le public ? (adaptation du vocabulaire, des références à l'histoire de l'art ou autres, etc.)
- Définition du public (de passage ou non ? fuit-il le texte ou au contraire, le recherche-t-il ?)
- Que peut-on garder, réadapter d'un écrit à l'autre ? (d'un dossier presse à une fiche de salle, par exemple)

Les textes de médiation sont fait pour rapprocher le public de l'œuvre : jusqu'où aller sans enlever le propos de l'œuvre (populisme)

- adapter son vocabulaire aux publics, adapté à la discipline, exigence de celui qui écrit pour son public (2 tendances : se mettre à la hauteur ou exigence et complexité)
- modulation des textes : expliquer simplement des choses techniques

Complémentarité oral/écrit

L'oral se module, est interactif tandis que l'écrit est le même pour tous.

Écrits à usage interne :

Texte : quels procédés, comment ? taille du texte ?

> Concerne les écrits à usage des publics, usagers des espaces d'exposition

- Cartel
- Fiche de salle
- Livret d'exposition
- Catalogue

À quels publics s'adressent-ils ?

- Spécialisé ou peu informé
- Jeune public, question de l'âge pour prise en compte du niveau et du mode de réception
- En attente ou pas de texte

> Possibilité de produire divers supports complémentaires, plus ou moins fournis, avec plusieurs niveaux de lecture. (cartel le plus succinct + fiche de salle avec plusieurs niveaux de texte + livret d'exposition plus complet + catalogue très complet)

Envie des publics de repartir avec la documentation pour garder des traces, comme

mémo. Besoin de liberté de lecture.

> De préférence, documents de salle libres, à emporter ou pas, mais pas posés au mur (interfèrent avec la temporalité de la visite ou avec l'exposition même).

Le cartel doit être adapté à la distance de vision de l'œuvre.

Par quoi commence-t-on quand on démarre un document écrit de communication ?

- Quelles entrées ?
- Quels documents ?
- Comment traite-t-on l'information ?
- La forme : vocabulaire ? référence ou pas ?

La fiche de salle doit contenir une information rapide et facilement exploitable. Il s'agit de rentrer tout de suite dans le vif du sujet et d'accrocher dès le départ l'utilisateur.

Nécessité d'adaptation et d'évolution des documents préparés avant l'accrochage, pendant l'exposition.

Chaque exposition peut recourir à un type de médiation écrite propre.

Possibilité de retranscrire la parole de l'artiste en constituant des interviews à mettre à disposition du public (ou dans les dossiers de presse).

Question du titre de l'œuvre dans l'espace d'exposition.

Quels publics, quelles formes de l'écrit ?

- la typographie
- les visuels
- la mise en page

Écrits à usage externe :

> Concerne les écrits à destination de l'extérieur, de la presse et des médias surtout.

- Communiqué de presse
- Dossier de presse

Le communiqué :

- Annonce très directement le sujet
- Comporte un visuel définissant l'identité de l'évènement annoncé
- Comporte des informations pratiques à l'attention du public et séparément de la presse dont le contact au sein de la structure.
- À envoyer à l'annonce d'une exposition, d'un évènement mais pas en même temps que le dossier de presse car redondant.
- Peut se constituer d'un article court et d'un article long très bien écrits à l'usage direct des journaux.

Le dossier de presse :

- spécificité de l'évènement à annoncer en premier
- Mieux il sera écrit, réalisé, plus il sera relayé.
- Création d'un écrit spécifique à l'exposition, clair et sincère, allant directement à l'essentiel, avec une accroche sur ce qui fait la spécificité de l'évènement.
- Soigner la forme : niveaux de lecture, visuels des œuvres, dimension graphique.
- Doit s'adresser à son destinataire > réaliser des dossiers de presse différents :
 - *à l'attention de la presse locale ou artistique, distinguer alors le contenu (plus ou moins fouillé, la spécificité, le vocabulaire).
 - *avant l'exposition ou pendant (ajouter les visuels des œuvres dans la mesure du possible, travailler graphiquement l'esprit de l'exposition et de l'exposant, surtout si celle-ci n'est pas montée ou visitée, à prendre en compte dans la description des œuvres).
- Insérer en annexe une fiche du lieu pour qu'il se fasse repérer, une programmation, expositions passées, à venir, surtout en début d'activité.
- Indiquer les liens utiles à la recherche d'informations sur internet
- Cédéroms, DVD, catalogues, toutes autres pièces jointes appréciés.
- Éventuellement, interview retranscrite de l'artiste, CV, textes, etc.

La conférence de presse ou visite de presse pour presse non locale est mieux venue en fin de matinée, hors vernissage. Savoir accueillir avec pot, cocktail.

Pour *Parcours des Arts*, les présentations de début de saison sont les bienvenues.

Respecter les dates d'envoi en fonctions des revues, journaux visés.

Cibler en fonction des intérêts.

Questions de forme

> Ouvrage de Yann Le Chevalier, *Guide pratique d'édition*, 2003, éditions Pyramide. Un guide à l'usage des structures voulant éditer leurs écrits. Une approche des pratiques de la lecture d'un point de vue physiologique et culturel.

La constitution des articles peut inspirer la mise en forme de l'information et de tous textes de médiation :

- Groupe photo-légende :

Nécessité d'utiliser l'élément visuel, l'identité graphique de l'exposition sur les fiches de salles, systématiquement dans les communiqués, énormément dans les dossiers de presse, surtout ceux envoyés en amont, à l'annonce des expositions.

Les éléments rythment et organisent les documents.

- Constitution de niveaux de lecture.

S'inspirer de la forme de l'article : titre = niveau 1, chapô et intertitres = niveau 2, corps de texte = niveau 3. L'intertitre relance la lecture, amène une pause sachant qu'un lecteur flanche après avoir lu 1500/2000 signes. Les textes trop longs essoufflent.

- Niveau physiologique :

Les lignes ne doivent pas excéder 15 cm maximum, au delà, l'œil n'est plus capable de mémoriser.

La lecture se fait silhouette et non par syllabes. Ainsi, un vocabulaire courant passe plus facilement.

L'œil fonctionne par sauts, à peu près tous les 12 signes. Plus les lignes sont courtes, plus la lecture sera rapide et simplifiée. Guide de lecture : aspect visuel et culturel

Un texte trop long peut essouffler le lecteur qui est debout dans les salles, en marche, en mouvement.

Il s'agit alors de trouver une mise en forme pour lire simplement.

Aucune influence n'a été constatée sur la lecture au sujet des différences entre les lettres bâtons et celles à empâtement, même chose pour la césure : l'œil ne glisse pas sur une ligne, il fonctionne par sauts, on lit la silhouette du mot, donc le vocabulaire courant passe facilement contrairement au vocabulaire plus évolué et plus complexe.

La mémoire utilisée est celle à court terme donc attention aux phrases trop longues, notamment pour les enfants.

On recherche alors un écrit efficace, pour être lu dans une compréhension rapide, jusqu'au bout.

- Typographie

Elle n'est pas neutre dans la réception de l'information et doit être adaptée.

La typographie dénotée :

Les textes classiques sont à empâtement, la typographie fantaisiste est à utiliser à bon escient.

Quelle est l'impression donnée ?

Attention à ne pas faire de contresens dans l'utilisation de la typographie !

Compte rendu rédigé par Patricia Scribe et Myriam Gaufichon

Les journées professionnelles ont été réalisées avec le soutien de la DRAC Midi-Pyrénées, du Conseil Régional Midi-Pyrénées et des Abattoirs dans le cadre de ses 10 ans.