Préface

Élucidation et création : Sortir de l'hermétisme herméneutique

Preface

Elucidation and Creation: Beyond Hermeneutic Reclusiveness

Patrice De La Broise

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/988>

DOI : 10.4000/edc.988

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université Lille-3

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2001

Pagination : 9-14

ISBN : 2-9514961-2-5

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Patrice De La Broise, « Préface

Élucidation et création : Sortir de l'hermétisme herméneutique », *Études de communication* [En ligne],

24 | 2001, mis en ligne le 18 novembre 2011, consulté le 03 mai 2019. URL : [http://](http://journals.openedition.org/edc/988)

journals.openedition.org/edc/988 ; DOI : 10.4000/edc.988

Ce document a été généré automatiquement le 3 mai 2019.

© Tous droits réservés

Préface

Élucidation et création : Sortir de l'hermétisme herméneutique

Preface

Elucidation and Creation: Beyond Hermeneutic Reclusiveness

Patrice De La Broise

- 1 Convenons que l'interprétation est un « entre-deux » : entre production et reconnaissance, entre information et communication, entre élucidation et création... Cet « entre-deux » explique notre parti-pris éditorial : sortir l'interprétation de l'herméneutique, « science de l'interprétation », pour considérer l'immanence de l'interprétation dans les sciences sociales, et notamment en sciences de la communication.
- 2 Lors des rencontres organisées en mai 2000 par les universités de Lille 3 (Gérico) et de Bourgogne (CRCM), Roger Bautier interpellait Marc Lits en ces termes : « Est-ce que ceux qui utilisent le terme d'herméneutique sont des savants croyants et les non-croyants ceux qui utilisent l'interprétation ? »¹. Et Marc Lits de répondre : « Je laisserai derrière moi le terme d'herméneutique à ceux qui en sont les grands prêtres alors que les fidèles n'emploient pas le terme [...]. Je suis du côté des pratiquants qui font de l'interprétation ». De fait, les textes qui composent cette dernière livraison d'Études de Communication ne font pas explicitement référence à l'herméneutique. Et leurs auteurs sont avant tout des « pratiquants » qui, dans des contextes et des logiques d'action dissemblables, sont aux prises avec l'interprétation.
- 3 Le premier texte constitue tout à la fois un hommage et un cadre de réflexion. Nous le devons à Georges Péninou, décédé le 19 juin dernier. Un texte-hommage à ce sémiologue éminent qui, pour les besoins d'un colloque, m'adressait la fiche biographique suivante :
Docteur en esthétique, successivement versé dans l'étude d'opinion (IFOP), le diagnostic de marché (Boussac), l'analyse de la communication marchande (Direction des Recherches de Publicis), l'établissement des logiques de

communication d'entreprises et d'institutions, et les stratégies coordonnées en communication globale (Intelligences). Auteur d'« Intelligence de la Publicité » (Laffont, 1972) et lauréat du Grand Prix de la Recherche Publicitaire pour l'ensemble de ses travaux (IREP).

- 4 J'ai eu l'honneur de rencontrer Georges Péninou à plusieurs occasions, et notamment lors de colloques consacrés à la sémiologie en entreprise. Associé à d'autres grandes figures de la discipline – je pense notamment à Eliséo Véron et Jean-Marie Floch, – il délaissait volontiers les carrés sémiotiques, leur préférant un retour critique et constructif sur une sémiologie appliquée.
- 5 Sa contribution aux « rencontres de l'interprétation » – sans doute, la dernière qu'il ait accordée à la communauté scientifique – est à l'image de ce chercheur et praticien d'exception. Sa communication que nous présentons en ouverture du numéro est, à bien des égards, fidèle à la personnalité de son auteur : rigoureuse et séduisante. En quelque 25 000 signes, le sémiologue nous invite à une élucidation de la création publicitaire (« aux sources du sens en publicité ») dans laquelle la mise en vue et la mise en mémoire sont organisées en « [...] autant de campagnes qui sont ses 'saisons' ». L'interprétation est ici rapportée aux stratégies d'une pratique signifiante qui, tour à tour, requiert le « devisement » de l'objet, « l'envisagement » de l'objet et le « dévisagement » qu'en font les protagonistes. Le texte n'est pas exempt de néologismes et, pour tout dire, de poésie. À cela, rien d'étonnant si l'on admet que l'élucidation est aussi affaire de création.
- 6 Pour nous en convaincre, reportons-nous à l'article de Hugues Hotier, auquel fait écho le texte de Daniel Raichvarg et Michel Valmer. Il y est question du cirque, des « jeux » du cirque : cirque traditionnel éducatif pour le premier, cirque scientifique pour les seconds. Chacun à sa manière affirme la portée et l'impact éducatif du spectacle vivant et, au-delà, de la création artistique pour servir la citoyenneté comme l'histoire (critique) des sciences. La scène, la mise en scène et les protagonistes dont nous parle Georges Péninou trouvent ici un cadre d'expression privilégié. L'interprétation est perceptible dans le jeu des artistes, bien sûr ; mais elle est surtout consubstantielle de la situation de communication, par laquelle le « dévoilement » donne à « envisager » différemment notre rapport à l'autre et au réel.
- 7 Autre scène, autre situation de communication, le musée méritait assurément un droit de cité dans ce numéro consacré à l'interprétation. D'autant que la muséologie se trouve au croisement des recherches en sémio-linguistique, en sociologie de la culture, en sciences de l'éducation, en didactique, en histoire des sciences et de l'art... Cette interdisciplinarité traduit assez le caractère modélisant de l'exposition et du musée pour les sciences de l'information et de la communication. Les questions de transposition muséographique, d'interactions et d'interactivité au musée donnent à expérimenter la relation entre logiques de production et logiques de reconnaissance. Les acteurs, les formes, les modalités et les limites de l'interprétation hantent la réflexion muséologique comme la pratique muséographique. Les linguistes ont maintes fois arpenté les expositions dans leur registre scriptovisuel et dans leurs aides à l'interprétation. Le sociologue n'a de cesse d'interroger les visiteurs dans leur expérience muséale. Du reste, tous ces acquis de la muséologie contemporaine ne sont pas étrangers au renouvellement d'une offre muséographique dont le « centre d'interprétation » constitue aujourd'hui une forme particulièrement prisée. Alexandre Delarge revient fort à propos sur cette muséologie « nouvelle » et la subjectivité du conservateur aux prises avec l'institution dont il est le représentant et un patrimoine dont il est l'interprète. Au passage, Alexandre Delarge

prend soin de revenir sur les pratiques d'interprétation expérimentées au début du siècle dernier dans les parcs nord-américains et théorisées en 1957 par Freeman Tilden. Le musée comme média est le lieu de l'interprétation par excellence. Et parce que la délectation et la recherche sont assorties d'une mission éducative, le musée s'est doté d'un certain nombre d'« aides à l'interprétation ». Sophie Deshayes revient sur ce registre de l'exposition en questionnant le statut des audioguides dont la fonction, trop vite interprétée comme dirigiste, renvoie surtout à la recherche d'un dévoilement, qu'il s'agisse d'élucider ou, plus simplement, d'accéder à « ces objets qui ne parlent pas d'eux-mêmes ».

- 8 Sans doute, la contribution de Philippe Hilaire nous ramène-t-elle davantage à l'herméneutique que les articles précédents. L'auteur partage avec nous (et avec le clown, le conservateur... l'audioguide) un peu de son ambiguïté statutaire. Tout à la fois chercheur, architecte-paysagiste et peintre, Philippe Hilaire occupe ces différentes postures qui, grâce aux lectures qu'elles suscitent, participent de l'action créatrice. L'esprit du lieu, à respecter et à construire, motive une recherche permanente pour cet artiste des paysages. Il puise dans les mondes de l'art, dans le passé et le présent, les signes et les sens d'une interprétation en trois dimensions. Le miroir de Claude, artefact utilisé par les peintres paysagistes du XVIII^e siècle, n'est sans doute rien d'autre que ce miroir intérieur de l'artiste dans lequel se réfléchit aussi notre propre regard.
- 9 Enfin, pour ré-affirmer, s'il en était besoin, la relation intime et complexe qui se noue dans l'interprétation, Émilie Da Lage-Py et David Vandiedonck nous emmènent à la rencontre d'Habib et de sa femme Assina dans leur pratique de la musique arabo-andalouse. Une musique sans partition, à l'interprétation toujours reconstruite et cependant toujours fidèle au maître. La situation d'entretien n'est évidemment pas celle dans laquelle l'artiste est le plus à son art. Pourtant, dans cette méta-interprétation de la musique arabo-andalouse, dans ce « devisement », le joueur de luth nous donne à entendre un peu de ce que l'on n'entendait pas.

BIBLIOGRAPHIE

Actes des rencontres « Regards croisés sur l'interprétation », (2001), *Musées et spectacle vivant : l'interprétation d'une scène à l'autre*, rencontres de Dijon, Université de Bourgogne, Dijon, 10 mars 2000. *L'interprétation : objets et méthodes de recherche*, rencontres de Roubaix (Université Charles-de-Gaulle – Lille 3), Centre des Archives du Monde du Travail, Roubaix, 11 mai 2000, Lille/Dijon, Gérico/ CRCM.

Bary (de), M-O., Desvallées, A. & Wasserman, F., (1994), *Vagues, une anthologie de la nouvelle muséologie*, vol 2. Éditions W – M.N.E.S., Mâcon.

De La Broise, P. & Jacobi, D., (1999), *La visite de sites industriels, vecteur d'une image de marque*, in : *Entreprise et Sémiologie*, B. Fraenkel et C. Legris-Desportes (dir.), Dunod, chapitre 11, pp. 153-166.

- Floch, J-M.,** (1990), *Sémiotique, marketing, communication*. Sous les signes, les stratégies, P.U.F., coll. Formes sémiotiques.
- Floch, J-M.,** (1999), *Concevoir et manager l'espace de travail*, l'apport de la sémiotique, in *Entreprise et Sémiologie*, B. Fraenkel et C. Legris-Desportes (dir.), Dunod, chapitre 12, pp. 167-182.
- Jacobi, D. & Meunier, A.,** (1999), *Au service du projet éducatif de l'exposition : l'interprétation*, La Lettre de l'OCIM, n° 61, MENRT, Université de Bourgogne, Dijon, pp. 3-7.
- Péninou, G.,** (1999), *Sémiologie et publicité*, in : *Entreprise et Sémiologie*, B. Fraenkel et C. Legris-Desportes (dir.), Dunod, chapitre 1, pp. 23-37.
- Tilden, F.,** (1957), *Interpreting our Heritage*, Chapel Hill, University of North Carolina, Carolina Press, 119 p.
- Véron, E.,** (1970), *L'analogique et le contigu (note sur les codes digitaux)*, L'analyse des images, *Communications*, 15, pp. 53-68.

NOTES

1. Rencontres de l'interprétation organisées en partenariat par le Centre de Recherche sur la Culture et les Musées (CRCM – Université de Bourgogne) et le Groupement des Équipes de Recherche Interdisciplinaire en Communication) : Musées et spectacle vivant : l'interprétation d'une scène à l'autre, rencontres de Dijon, Université de Bourgogne, Dijon, 10 mars 2000. L'interprétation : objets et méthodes de recherche, rencontres de Roubaix (Université Charles-de-Gaulle – Lille 3), Centre des Archives du Monde du Travail, Roubaix, 11 mai 2000. Les actes de ces journées sont disponibles sur demande au secrétariat de Gérico, Université Charles-de-Gaulle, UFR Infocom, rue Vincent Auriol, 59051 Roubaix cedex.

AUTEUR

PATRICE DE LA BROISE

Patrice De La Broise est Maître de Conférence à l'UFR Infocom de l'Université de Lille 3 et chercheur au Gérico. Ses travaux portent sur les communications des organisations, et notamment les médiations professionnelles (transmission, transposition, interprétation des savoirs et expériences). Le rapport d'inclusion réciproque entre culture et communication est un ressort privilégié de cette recherche : il invite à préciser les enjeux et les formes multiples d'une médiation culturelle dans laquelle les organisations se trouvent engagées par nécessité ou par choix.