

Il trouvera son aboutissement dans la signature en 2008 d'un protocole de partenariat pluriannuel avec l'université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.

UN NUMÉRO
ANNIVERSAIRE

Pendant vingt ans, la revue a ainsi contribué à la structuration de la recherche en muséologie en France à travers la publication d'articles et la commande de numéros thématiques. Mais depuis 1992, le paysage de la muséologie a bien changé. Aussi, le parti choisi a été de revenir sur les principaux domaines de la recherche en muséologie auxquels *Publics & Musées*, puis *Culture & Musées*, ont contribué, en demandant à des chercheurs présents depuis la création de la revue, parfois associés à des chercheurs dont les travaux se sont inscrits plus récemment dans le champ ou qui ont permis d'ouvrir certains domaines, de dresser un bilan, d'apporter leur regard et de dégager des perspectives nouvelles sur chacun de ces domaines.

Le résultat est un ouvrage composé de sept chapitres correspondant aux sept domaines qui ont été ainsi retenus :

- L'analyse de l'exposition comme média ;
- Le rôle des textes dans l'exposition et les pratiques de lecture ;
- Les études sur les publics et les pratiques de visite ;
- Le processus de patrimonialisation ;
- Le développement de la médiation tant sur le plan professionnel que théorique ;
- L'éducation au et par le musée ;
- L'approche historique des institutions muséales et patrimoniales.

On l'aura compris, ce bilan des recherches en muséologie est forcément lié à la revue, à son action et à son positionnement en matière de diffusion de la recherche. C'est pourquoi les contributions accordent une mention particulière aux articles publiés dans la revue. L'ouvrage qui en résulte n'est pas un ensemble d'articles proposés par des chercheurs et expertisés par un comité de lecture, mais un recueil qui, d'une certaine façon, dresse un état selon un point de vue qui est celui d'une volonté présente dès la création de celle-ci : contribuer à affirmer une approche scientifique des faits présents dans le secteur des musées et du patrimoine – plus largement ensuite de la culture –, en lien avec le public.

H. G. & J. D.

CNE-UMR CNRS 8562-Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

18

INTRODUCTION

JEAN DAVALLON
& ÉMILIE FLON

LE MÉDIA EXPOSITION

Les colloques organisés par Christian Carrier – dont le premier, consacré au texte dans l'exposition, se tint à Lyon en 1982 – constituent le point de départ majeur du développement de l'approche de l'exposition comme média¹.

Il existait certes déjà des recherches sur l'exposition, mais ces colloques furent l'acte initiateur de ce qui prit progressivement par la suite la forme d'un programme scientifique ; en d'autres termes, ils furent à l'origine d'une posture, d'une orientation et d'une définition d'objets nouveaux à étudier. Ils proposaient en effet d'appréhender l'exposition dans ce qui la caractérise – en deçà ou au-delà de ses usages singuliers (exposition d'art, exposition commerciale, exposition de science, etc.) – selon trois entrées : le texte, le public et le lieu. Selon nous, le développement en France de la recherche sur l'exposition fut, pour une très large part, l'héritière de ce contexte dont l'enjeu était de penser celle-ci comme un média spécifique ; ce qui devint un programme de construction d'un champ scientifique autour d'un objet et non d'une discipline. Et, faut-il le préciser, d'une certaine manière aussi, il en fut de même pour la création de la revue *Publics & Musées* (devenue par la suite *Culture & Musées*).

LE RÔLE D'EXPO
MÉDIA DANS
L'APPROCHE DE
L'EXPOSITION
COMME MÉDIA

Sous l'incitation de Christian Carrier, l'intérêt porté à l'exposition s'est concrétisé sur le plan institutionnel avec

19

LE MÉDIA EXPOSITION

DAVALLON J. & FLON É. - 19-45 - 2013

La création de l'association Expo Média qui réunissait des sociologues, des psychologues, des historiens, des sémiologues, des linguistes, des philosophes, des historiens d'art intéressés à produire de la connaissance sur l'exposition².

EXPO MÉDIA : UN POINT DE VUE NOUVEAU SUR L'EXPOSITION

Cette création opérât un déplacement décisif par rapport aux approches existantes puisque l'exposition devenait un objet de recherche en soi et non un épiphénomène dont on fait simplement mention à l'occasion d'études sur les œuvres, les institutions ou les publics, sans véritable influence sur eux. Le rapport entre l'exposition et les œuvres, les institutions ou les publics, se trouvait par le fait même inversé puisqu'il était proposé d'aborder ceux-ci au regard des caractéristiques mêmes de l'exposition. Par exemple, les publics étaient alors moins considérés en tant que population enquêtée en vue d'une connaissance de processus psychologiques ou sociologiques généraux qu'en tant que collectif ou sujets engagés dans une relation à l'exposition (Hellich, 1986 ; Gottesdiener, 1987). Selon une logique assez proche de celle des *visitor studies* nord-américaines s'ouvrait ainsi le domaine de ce qu'il est convenu d'appeler – d'une manière qui paraît aujourd'hui quelque peu restrictive d'ailleurs – les « études d'évaluation ». De la même façon, les diverses institutions qui organisaient les expositions étaient abordées du point de vue de l'usage qu'elles pouvaient faire de celles-ci ou des conséquences que ces usages pouvaient avoir sur leurs formes, leurs caractéristiques et leur fonctionnement.

Du point de vue de la recherche, nous l'avons dit, ce parti était en rupture avec les approches habituelles de l'exposition puisque celle-ci n'était plus un terrain pour telle ou telle discipline, mais un objet de recherche à part entière. Dans la pratique, le champ de recherche ainsi ouvert traversait de nombreux secteurs professionnels : celui des musées, relevant lui-même de plusieurs mondes (beaux-arts, art contemporain, science, sciences naturelles, ethnologie, histoire, etc.) ; celui des expositions commerciales (monde du marketing, de la publicité, du design, de l'étalagisme, etc.) ; celui des parcs de loisirs ; voire ceux de l'urbanisme, du tourisme ou de l'aménagement du territoire.

Dans ce contexte, aborder l'exposition comme média spécifique revenait à la penser comme un dispositif producteur de signification à destination d'un public. Son approche s'en trouvait donc définie selon les quatre dimensions qui caractérisent un média : (i) l'institution qui la produit (dimension institutionnelle) ; (ii) la manière dont elle est produite et construite (dimension technique) ; (iii) ceux à qui elle s'adresse (dimension du public) ; (iv) le type

d'effets qu'elle peut avoir sur le public (dimension communicationnelle). Notons que ces quatre dimensions constituent encore aujourd'hui le référentiel à partir duquel est pensée l'exposition comme média. Mais à cette époque, ces quatre dimensions n'étaient que la préfiguration des axes majeurs d'un champ scientifique en construction, à laquelle participèrent d'ailleurs les différentes personnes impliquées de manière plus ou moins directe dans l'activité d'Expo Média.

C'est ainsi, par exemple, que les musées n'étaient plus abordés du seul point de vue des œuvres ou des collections, mais à partir des publics et des expositions (*vg.* Poulot, 1986). De même, les publics étaient davantage étudiés au regard des caractéristiques des expositions que selon le point de vue de la discipline mobilisée pour mener à bien cette étude, que ce soit la sociologie ou la psychologie. Quant à la recherche sur les caractéristiques et le fonctionnement de l'exposition elle-même, elle demandait de construire un nouveau cadre théorique. Les premières publications de chercheurs prenant acte de la manière dont l'exposition faisait « système », pour reprendre l'expression de Jean-François Barbier-Bouvet (1983a), de ce qui faisait la spécificité de la « mise en exposition », furent d'ailleurs réunies dans *Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers* (Davallon (dir.), 1986)³.

Avant de revenir plus en détail sur les recherches portant non sur les dimensions de l'institution et du public, mais sur l'exposition en tant que telle et sur son fonctionnement signifiant (sur les dimensions technique et communicationnelle, si l'on veut), autrement dit sur ce qui en fait un agencement de composants pour un public, il apparaît donc important de rappeler que l'approche de l'exposition comme un média, ouverte par Expo Média, eut au moins trois conséquences notables.

En premier, d'un point de vue pratique, cette approche s'est construite à l'interface entre le monde de la recherche et le monde des professionnels des expositions et des musées. Nombre de recherches inaugurales, tant sur le média exposition que sur son impact sur le public, portèrent sur des expositions novatrices, ou bien furent financées par – ou en relation avec – des institutions muséales nouvelles (ou en construction). Ce fut d'abord le cas du Centre Pompidou (spécialement la Bibliothèque publique d'information ou le Centre de création industrielle), de l'établissement public du parc de la Villette (la future Cité des sciences et de l'industrie) ou bien encore des centres de culture scientifique, technique et industrielle (CCSTI). S'ajoutait le soutien du ministère de la Culture (principalement la mission Recherche Technologie). Puis, un peu plus tard, intervint le contexte du projet de rénovation de la Grande Galerie de l'Évolution au Muséum national d'histoire naturelle, ou les relations avec le ministère

de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (direction des Bibliothèques, des Musées et de l'Information scientifique et technique). La recherche se trouvait ainsi avoir pour terrain des situations novatrices ou des formes d'exposition nouvelles. Les questions qu'elle posait concernaient des professionnels directement engagés dans la production de ces situations ou de ces nouvelles formes d'exposition. Inversement, les résultats et les connaissances issus de ces recherches présentaient un intérêt pour ces mêmes professionnels. C'est très certainement en raison de ces échanges entre recherche et production que les premières recherches qui contribuèrent à définir l'exposition comme média portèrent sur des expositions de type *documentaire* et non sur des expositions produites par des musées d'art. Sur des expositions considérées comme des outils de communication, à mi-chemin entre la présentation d'objets et la transmission de connaissances⁴.

En second, d'un point de vue plus général, ces échanges entre chercheurs et professionnels – rendus possible en grande partie par le fait qu'Expo Média constituait un espace social commun – contribuèrent à préfigurer le développement de la muséologie en France. Et ce, de deux manières : du point de vue de la conception de la recherche et du point de vue des finalités des institutions patrimoniales et muséales. Autrement dit, ces échanges ont permis d'ouvrir des formes de coopération entre les professionnels et les chercheurs sans qu'il y ait confusion entre les différents types d'actions ; évitant ainsi que la théorie muséologique ne se réduise à une seule réflexion construite à partir des formes les plus traditionnelles de l'activité muséale. En outre, ces échanges ont aussi posé, au cœur même de la muséologie, à côté de la conservation des objets patrimoniaux, à la fois l'existence et l'importance de l'action en direction du public à travers des outils tels que les expositions ou l'édition, et des activités de médiation ou d'éducation⁵. On peut même dire que ces échanges contribuèrent en un certain sens à définir une posture méthodologique et épistémologique de la muséologie dans laquelle s'est inscrite la revue *Publics & Musées*⁶ dès sa création.

La troisième conséquence a été de faire apparaître *de facto* la nécessité d'une définition de ce qui caractérisait le fonctionnement de l'exposition. Il était en effet difficile d'un côté de reconnaître cette dernière comme un moyen privilégié pour montrer ou dire quelque chose à un public sans avoir de l'autre une connaissance précise ni des caractéristiques ni du fonctionnement de ce moyen. Or, une telle connaissance du rapport entre la dimension technique (la manière dont est produite et construite l'exposition) et la dimension communicationnelle (les effets quelle peut avoir sur le public) n'existait qu'à l'état embryonnaire.

LES TRAVAUX SUR L'EXPOSITION EXISTANT AU MOMENT DE LA CRÉATION D'EXPO MÉDIA

En réalité, au moment où les chercheurs qui sont dans la mouvance d'Expo Média (disons entre les années 1982 et 1987) engageaient des travaux sur la question première, liminaire, de ce qui caractérise l'exposition comme système de communication, quelques travaux existaient déjà.

Certains sont alors totalement inconnus des chercheurs réunis autour d'Expo Média – tel que par exemple le texte de Marshall McLuhan traduit récemment (McLuhan, Parker, Barzun, [1967] 2008) –, d'autres sont en revanche connus – par exemple l'article de Duncan Cameron traduit dans *Vagues* (Cameron, [1968] 1992) ou encore celui de Robert Hodge et Wilfred D'Souza paru dans *Museum* (Hodge et D'Souza, 1979). Ces travaux existants vont venir conforter le choix qui est alors fait de développer une exploration systématique de l'exposition comme système de communication, sans pour autant servir de base à cette exploration qui va suivre sa propre logique.

L'étude d'Eliseo Verón et Martine Levasseur (1983) sur l'exposition *Les Français en vacances* à la BPI du Centre Pompidou s'est déroulée au moment des premiers colloques organisés par Christian Carrier sur l'exposition. Les membres d'Expo Média eurent connaissance de son existence par Jean-François Barbier-Bouvet qui en avait passé commande pour le service des études et de la recherche de la BPI. Point important, il existait *de facto* une proximité intellectuelle et scientifique certaine entre les deux approches, fondée sur une conception sociosémiotique de la communication. En effet, hormis le bestiaire caractérisant les différents types de comportements des visiteurs (fourmis, papillons, sauterelles et poissons), qui a connu le succès que l'on sait, la première partie de l'ouvrage *Ethnographie de l'exposition : L'Espace, le corps, le sens* propose une approche sociosémiotique de l'exposition mettant en exergue : (i) la dimension indiciaire et spatiale de celle-ci (ce que les auteurs désignaient comme sa dimension « métonymique⁸ ») ; (ii) le jeu entre « mise en espace » (grammaire de production) et « corps signifiant » (grammaire de reconnaissance) ; (iii) et, point rarement relevé bien que déterminant sur le plan théorique, le fait que les différents types de parcours correspondants à des formes différentes de rapport à la culture (correspondant à des sémiotiques sociales différentes).

Certes, à la différence de l'approche d'E. Verón et M. Levasseur, explicitement peircienne, l'intervention « Texte et exposition » dans le premier colloque consacré à *L'Écrit dans l'exposition* (Davalton, 1983), s'inscrivait plus dans la lignée d'une sémiologie saussurienne⁹. C'est que, mettant à profit les recherches (spéc. Pérou,

1972) sur le fonctionnement de l'annonce publicitaire qui articule dans un espace bidimensionnel des langages différents (*a minima* de l'image et du texte), elle tenait de voir comment une stratégie de communication formalisée (le « texte organisateur ») pouvait intégrer des supports de nature sémiotique hétérogène en une situation de communication. Dès lors, le texte (linguistique) présent dans l'exposition était un « texte réducteur » du fait de sa fonction d'ancrage comme droit de regard du producteur sur les objets et l'espace, n'étant ainsi qu'un élément de cette situation de communication, comme l'avait montré Roland Barthes à propos de la fonction du texte dans l'annonce publicitaire.

Par conséquent, si, *a posteriori*, c'était avec R. Hodge et W. D'Souza que cette approche communicationnelle de l'exposition paraissait avoir le plus d'affinités dans la mesure où il était question de saisir comment l'exposition pouvait optimiser et contrôler la production de la signification, en réalité, les développements ultérieurs des recherches sur le média exposition ont fait apparaître que les enjeux théoriques de cette approche étaient particulièrement proches de ceux soulevés par E. Verón et M. Levasseur, avec lesquels elle partageait de fait une posture sociosémiotique. En effet, plus que de transmission de message selon un modèle fonctionnaliste de communication hérité de l'étude de la communication instrumentée (le téléphone), puis de celle des médias de masse, les questions majeures posées étaient bien celles, d'une part, d'une étude de l'organisation sémiotique de l'exposition à l'origine de la production de la signification, et d'autre part, de la nature des effets produits à la fois sur le plan individuel de la compréhension et sur le plan social du symbolique. Ou si l'on veut, la double question de l'efficacité communicationnelle et de l'opérativité symbolique.

D'où la proximité avec la posture, elle aussi d'une certaine façon sociosémiotique, adoptée par Bernard Schiele et Louise Boucher (1987) dans leur étude sur la salle du système solaire au Palais de la découverte. En effet, ces auteurs proposaient de mettre en relation l'analyse des trois dimensions de l'exposition : celle de sa production (son projet et sa réalisation) ; celle de sa mise en forme (le média et le message) ; et celle de son appropriation par le public visiteur selon son profil et son parcours de visite. Même si à première vue, cette tripartition semblait se conformer au schéma de la communication comme transmission d'information (émission, transfert, réception), avec la mobilisation d'outils d'analyse empruntés à la sémiotique de l'image ou du texte, c'était bien l'articulation entre la singularité médiatique de l'exposition (notamment sa dimension spatiale) et sa mise en forme langagière qui se trouvait être au centre de l'analyse de l'exposition comme telle.

L E S C A R A C T É R I S T I Q U E S D E L ' A P P R O C H E D E L ' E X P O S I T I O N C O M M E M É D I A

La difficulté majeure que rencontre qui veut aborder l'exposition comme un média – c'est-à-dire comme dispositif producteur de signification à destination d'un public – est l'idéologie, que nous appellerons idéologie de la *sisis* *immédiate* *du sens des objets* et qui est curieusement assez répandue dans le monde des musées, selon laquelle les objets appartiennent au monde de la *réalité* et sont compréhensibles comme tels, sans la médiation ni du langage ni d'une activité cognitive¹⁰. Dès lors, nul besoin de les insérer dans un quelconque dispositif ayant pour fonction de les rendre compréhensibles. Une telle conception est évidemment en contradiction avec les connaissances produites aussi bien par la psychologie que par la sociologie ou la science de l'information et de la communication. La compréhension des objets, y compris dans une exposition, ne nécessite pas moins d'activité cognitive que le langage. Cela tient à ce que les objets sont la résultante, la *concrétisation*, de pratiques sociales rendant nécessaire leur interprétation par une mise en contexte.

AU-DELA DES OBJETS EXPOSÉS, DEUX TYPES D'EXPOSITIONS

La conséquence pratique, dans le domaine de l'exposition, de l'idéologie de la saisie immédiate du sens des objets est de croire qu'il suffit de rendre les objets accessibles physiquement pour que leur compréhension intervienne¹¹. Elle revient donc à nier toute dimension sémiotique ou médiatique possible à l'exposition, tout effet de production de sens de la mise en exposition.

Certes, en guise de défense de cette idéologie, on pourrait faire valoir que les *effets* d'une exposition d'œuvres dans un musée de beaux-arts sont d'abord de nature esthétique ; ou encore que les effets d'une exposition de spécimens dans un musée d'histoire naturelle font appel à la reconnaissance *immédiate* de *choses* du monde qui nous environne (comme celle des animaux reconnus comme tels, par exemple). Mais encore ne faudrait-il pas oublier que cette expérience esthétique, tout comme cette reconnaissance des objets du monde, sont elles-mêmes fondées sur des apprentissages et des activités cognitives et que, s'intégrant dans une activité plus large de visite, elles ne se réduisent pas à un face-à-face entre un individu seul et un objet isolé dans un environnement neutre. Toute *mise en exposition*, en tant qu'elle accomplit un choix, un prélèvement, un rassemblement, une disposition

et une composition d'objets en un lieu, effectue conséquemment une mise en contexte spatiale, sensible, perceptive, conceptuelle, qui produit, rien déplaçant, de la signification. Or, c'est précisément cette production de signification qui va faire de l'exposition un dispositif de communication.

Cependant, il faut reconnaître à cette idéologie de la saisie immédiate de l'objet (sans la médiation d'un code et d'une lecture, comme cela se passe dans le langage) qu'elle attire à juste titre l'attention sur une difficulté de l'exposition qui est bien réelle. Le fait que l'objet puisse être reconnu comme objet du monde peut très bien dispenser de le connaître et de le comprendre, c'est-à-dire dispenser d'aller au-delà de la simple reconnaissance de l'œuvre comme œuvre ou du spécimen d'animal comme animal et de ne pas chercher à comprendre, par exemple, ni son histoire ni son usage, pas plus que sa structure ni sa fonction, ni même sa logique formelle ni sa place dans la mise en exposition. Car une telle connaissance ne peut se déduire totalement de l'objet, et certainement pas de sa seule reconnaissance, ni non plus sans l'aide d'un savoir préalable qui permette une interprétation de certaines de ses caractéristiques. La question que soulève alors cette idéologie est donc *a contrario* celle de savoir où se situe ce savoir. À cette question, deux réponses possibles.

Premièrement, lorsque l'exposition est une simple *réunion d'objets*, le savoir, lorsqu'il est présent, l'est sous la forme d'une compétence du visiteur. La connaissance va être le fruit d'une interaction entre les caractéristiques de l'objet et une activité d'investigation impliquant un recours plus ou moins grand à des savoirs préalables apportés par le visiteur. Ce qui, soit dit en passant, peut aisément conforter l'illusion, pour qui ne prend pas la peine de prendre en compte ce qui se passe du côté du visiteur, que la connaissance de l'objet puisse être l'effet de la seule saisie de la nature et de l'être de ce dernier¹². Nul besoin, en ce cas, de penser l'exposition comme un dispositif de communication. Pour le producteur (le « commissaire »), seuls comptent les objets présentés et la relation que les visiteurs peuvent entretenir avec eux. À l'extrême, la production de signification est entièrement renvoyée du côté du visiteur.

Deuxièmement, lorsque la *mise en exposition* de l'objet entend répondre à un propos, un objectif, une intention, etc., bref, à une cohérence (sans que, d'ailleurs, celle-ci n'ait pour autant nécessairement besoin d'être énoncée comme telle), les autres objets contribuent à créer un contexte à partir duquel tel ou tel objet particulier va pouvoir être interprété. Si de surcroît certains de ces objets présentent des savoirs, la probabilité d'orienter l'interprétation du visiteur dans le sens souhaité par le producteur de la mise en exposition sera augmentée. En ce cas, les critères de choix des

objets selon leur capacité à servir le propos et leur articulation pour répondre à celui-ci deviennent des enjeux primordiaux dans la conception de l'exposition. Ils conditionnent en effet la production de la signification.

Ces deux réponses correspondent de fait à deux types d'exposition, non seulement, comme nous venons de le voir, en termes de production, mais aussi avec des conséquences pour l'analyse de l'exposition comme média.

LES DEUX APPROCHES DE L'EXPOSITION COMME MÉDIA

Nul ne sera étonné que l'ensemble des chercheurs travaillant sur l'exposition comme dispositif de communication considèrent que l'exposition n'est pas une simple réunion d'objets. Néanmoins, il existe deux approches du fonctionnement de l'exposition selon que l'on a affaire à l'un ou l'autre des types évoqués à l'instant. Un des révélateurs de cette différence réside dans le statut accordé au texte dans l'exposition.

Dans les expositions conçues comme une réunion d'objets, l'introduction de textes explicatifs apparaît comme le moyen de rendre lisible le propos, voire d'en introduire un. C'est le cas de nombre d'expositions d'art contemporain, par exemple. Les critères qui président au choix des objets rassemblés et à l'organisation de leur présentation n'étant pas facilement saisissables et compréhensibles par les visiteurs qui ne sont pas des connaisseurs, l'introduction de textes où d'un discours de médiation va rendre compréhensible à la fois les objets, les choix et éventuellement la logique qui organise l'exposition¹³. Dès lors, le texte vient proposer une interprétation : il vient, en quelque sorte, offrir au visiteur ce qui pourrait être la signification que celui-ci serait censé produire lors de la visite dans sa relation avec les œuvres. Ce texte venant prendre en charge l'exposition prend la forme, si l'on veut, d'une couche qui donne sens à ce que nous appelons une « réunion d'objets » qui, sans elle, ne répondrait pas véritablement à une organisation signifiante. Poussée à l'extrême, une telle approche va donc amener à opérer un strict partage entre ce qui est de l'ordre de la mise en espace des objets (fussent-ils des « objets » de nature plus ou moins sémiotique) et un dispositif d'interprétation de nature en dernière instance linguistique qui vient en assurer l'interprétation. On retrouve évidemment ce partage chaque fois que les objets réunis en une entité expositive restent relativement peu articulés entre eux, comme ce peut être le cas par exemple des monuments d'une ville. Cette couche sémiolinguistique peut certes se diversifier et se complexifier en prenant la forme d'une signalétique¹⁴, sans toutefois remettre en cause le partage entre une organisation essentiellement formelle et une

organisation langagière. Aborder l'exposition comme production de signification revient alors à prendre en compte les modalités selon lesquelles le dispositif d'interprétation prend en charge les composants appartenant à la *réalité* en construisant un discours essentiellement en langue naturelle¹⁵.

Cette place du texte dans les expositions a été par exemple explorée dès la première livraison de *Publics & Musées* (1992), mais elle a été ensuite approfondie (vg. Poli, 2002).

À l'opposé, les expositions qui résultent d'une mise en exposition répondant à un propos sont généralement construites comme des ensembles signifiants composés d'éléments non seulement différents par leur matérialité, mais aussi de nature sémiotique variée. Le texte en langue naturelle n'est alors qu'une catégorie de composant. Ce qui fait que l'exposition est productrice de signification est l'articulation des composants selon une double mise en contexte, spatiale et pragmatique. La mise en contexte spatiale est une autre façon de désigner la mise en exposition ; la mise en contexte pragmatique désigne le processus de production de la signification par le visiteur au cours de sa visite. Cette dernière production de signification n'est pas la résultante de la seule lecture d'un dispositif interprétatif, mais du traitement par le visiteur des composants de l'exposition et de leur articulation – des composants et une articulation qui sont plus ou moins *sémiotisés*, c'est-à-dire qui fonctionnent eux-mêmes comme des ensembles plus ou moins signifiants.

Louis Marin, reprenant Émile Benveniste, avait relevé, il y a longtemps déjà, la singularité de la signifiante dans les dispositifs spatiaux et visuels tels que le tableau¹⁶. Plus encore que dans ce dernier, il existe dans l'exposition un double processus de signifiante : celui de la mise en exposition et celui de la visite¹⁷. Car, il y a accord sur ce point, l'exposition n'est pas un système de signes : si elle fait système, c'est à la manière des autres productions artistiques, en tant qu'énonciation. Elle vise le sens (« l'intenté », dirait É. Benveniste¹⁸) selon deux moments : (i) à travers la disposition et l'articulation de composants qui sont, sauf exception, de nature sémiotique variée ; (ii) par l'intégration dans l'activité du visiteur au cours de sa visite. Dans les expositions qui répondent à un propos, la première énonciation vise à leur donner un sens (« les « textualiser », à faire qu'elles deviennent, au moins partiellement, un texte) ; mais c'est dans la seconde, dans la « lecture », que se réalise la signification en fonction de ce que fera, retiendra, intégrera dans sa compréhension – bref, de ce « qu'interprétera » (aux différents sens du terme) – le visiteur¹⁹.

Les conditions de réussite sémiotique de l'exposition dépendent ainsi simultanément de l'anticipation de l'interprétation de la part des producteurs et d'une interprétation par le visiteur qui tienn

compte de l'organisation sémiotique proposée. Plus l'exposition est faite de composants sémiotiquement variés, plus elle tend à être un système mêlant des registres médiatiques différents ; plus la signification est alors potentiellement riche, mais plus elle dépend aussi de l'activité des visiteurs et donc tend à devenir aléatoire. La réussite de la communication ne peut être dès lors uniquement dépendante de l'existence d'un dispositif d'interprétation externe comme le texte linguistique. La question d'une intégration des éléments en un ensemble signifiant cohérent – ou, pour être plus précis, une double intégration, spatiale et temporelle, opérée respectivement par la mise en exposition et par la visite – devient primordiale²⁰.

On peut noter que, jusqu'à présent, les travaux sur l'exposition comme média ont surtout porté sur les modalités du premier niveau d'intégration, celui de la mise en exposition. Ils se sont ainsi intéressés plus particulièrement à la manière dont une exposition pouvait répondre à une logique et à des stratégies de communication et ont laissé aux études de public le soin de vérifier la réussite ou l'échec de la communication.

LE DÉVELOPPEMENT DES RECHERCHES SUR L'EXPOSITION COMME DISPOSITIF DE COMMUNICATION

Il est difficile de séparer les recherches portant sur l'exposition comme média du développement des pratiques d'exposition. S'il fallait s'en convaincre, il suffirait de se reporter soit, par exemple, à l'ouvrage de Claire Merleau-Ponty et Jean-Jacques Ezrahi (2005), soit encore à n'importe quelle livraison de *La Lettre de l'OCIM*... Mais si l'on s'attache plus particulièrement à la production même des connaissances sur l'exposition, il nous semble que celle-ci a poursuivi jusqu'à présent (au moins autour de *Culture & Musées*) trois objectifs : comprendre le processus de la mise en scène, définir le rôle de l'exposition dans la production et l'attribution des valeurs, établir de quelle manière l'exposition fonctionne comme médiation.

UNE SÉMINO-PRAGMATIQUE DES MISES EN SCÈNE

Les mises en scène dans l'exposition ont constitué un objet d'étude privilégié pour développer les outils d'analyse de l'exposition comme média, pour deux raisons. La première est conjoncturelle : le développement important des expositions mobilisant

des mises en scène et le degré parfois élevé de mise en fiction dans les expositions culturelles ont participé à en faire une *question muséologique* à partir des années quatre-vingt, quatre-vingt-dix²¹. La seconde raison est méthodologique et tient à l'adéquation ie de la nature des mises en scène alors développées avec l'approche de l'exposition comme média.

En effet, une mise en scène au sein d'une exposition suppose deux choses. D'une part, la signification de la mise en scène ne peut reposer sur un élément unique (par exemple un objet), sinon il ne serait pas question de *mise en scène* ; le dispositif scénique postule en quelque sorte d'investir l'espace et d'autres supports (la lumière, le son, des textes, etc.) pour mettre en valeur certains éléments, qui peuvent être des objets, des savoirs, des œuvres d'art... Bref, une mise en scène suppose un ensemble composé de plusieurs unités. D'autre part, une mise en scène suppose un public. Le dispositif scénique se construit à partir de la position physique et intellectuelle du spectateur et déploie des éléments significatifs pour le transporter, l'amener à accepter le jeu de la mise en scène s'il souhaite comprendre de quoi il est question à travers le dispositif.

Les mises en scène au sein des expositions ont fait l'objet de nombreuses réflexions et recherches. Les dioramas, par exemple, avaient été identifiés comme « une façon d'associer étroitement information et perception dans la construction du sens » (Schiele, 1996 : 11) ; et l'expérience vécue du visiteur au sein de l'exposition et son expérience au sens large, antérieurement et à l'extérieur de l'exposition, avaient été identifiées comme le cadre de l'élaboration d'une signification pour interpréter le message que le visiteur découvre dans l'exposition. Raymond Montpetit (1996) a énoncé le principe de la « muséologie analogique », stratégie de mise en exposition qui s'appuie sur l'histoire et l'expérience du visiteur pour donner des savoirs et des objets à interpréter, et non sur un savoir académique ou savant, alors qualifié « dexogène » à la situation de visite. Les études sur les dioramas ont ainsi montré que la mise en signification du patrimoine et des savoirs associés peut reposer prioritairement sur ce que vit le visiteur au sein de l'espace médiatique et sur ce qu'il y apporte avec lui : ses connaissances (ou « savoir exogène »), ses souvenirs, ses références culturelles. Les recherches sur la muséographie d'impression ont prolongé ces recherches sur les mises en scène prenant en charge le visiteur (Grenn, 2000 ; Belain, 2002, 2003). Ces recherches ont fait ressortir l'apparente contradiction entre, d'une part, le fait que l'exposition puisse être la représentation²² spatiale d'un espace-temps faisant appel à l'imaginaire des visiteurs (une mise en scène), et, d'autre part, l'importance de la conformité des expositions aux deux règles constitutives du monde du patrimoine (auquel les

musées appartiennent) que sont l'authenticité des objets et la véridité des savoirs présentés²³.

Une recherche plus précise sur la *fiction* dans l'exposition pourrait permettre d'interroger les mises en scène (spécialement dans un domaine où les règles constitutives sont déterminantes, comme celui de l'archéologie) et, de ce fait, développer l'approche de l'exposition comme média. Il s'agissait de trouver une méthode sémiotique qui saisisse le fonctionnement de l'ensemble de l'espace de l'exposition comme proposition d'une signification au visiteur. Il a été choisi d'élaborer une sémio-pragmatique²⁴ pouvant définir les deux contextes qui sont à l'origine de la production du sens dans l'exposition : le contexte spatial propre à la mise en exposition, ou la manière dont la signification est organisée dans l'espace tout en étant réparée sur des substances sémiotiques variées (objets, textes, multimédia, etc.) ; et le contexte pragmatique de la visite, ou la manière dont l'attention du visiteur est orientée par le média sur l'organisation de la signification. La difficulté résidait dans le fait que les outils méthodologiques aient une portée générale – d'une exposition à l'autre – sans perdre leur opérationnalité dans la diversité des mises en espace et en discours (Flou, 2005, 2012). Tout l'intérêt de la notion de fiction, souvent associée à celle de narration, est de constituer un puissant principe discursif commun à de nombreuses expositions, ce qui permet de trouver des régularités pour la conception et la mobilisation des outils d'analyse sémiotique. Les mises en scène, incarnation matérielle de la fiction dans l'exposition, sont l'entrée permettant de saisir l'organisation du discours expositionnel en un ensemble signifiant.

Dans un premier temps, la méthode d'analyse des mises en scène a pris en compte non seulement le patrimoine et son identification (les objets et leurs cartels par exemple) mais également ce qui participe à la proposition au visiteur d'un univers de visite et d'une expérience particulière au sein des expositions scénographiées. Par exemple, la position spatiale des objets patrimoniaux, celle des éléments fictifs bâtis pour la mise en scène, la position physique du visiteur dans la représentation, les modalités discursives des textes, des images et des ambiances, et surtout le principe structurant qui organise les relations entre ces supports signifiants. Nous avons choisi le concept d'intégration, emprunté à Roy Harris (1993), pour qualifier l'action sémiotique qui organise les relations entre les unités de la mise en scène d'une part, et entre la mise en scène et l'interprétation du visiteur d'autre part²⁵. Dans un second temps, la méthode proposée a circonscrit dans la mise en scène le processus d'orientation de l'attention du visiteur sur une *trajectoire* de perception ou de lecture du dispositif : une caractéristique visuelle (une composition, des couleurs...), sonore ou discursive.

Le principal apport de cette démarche sémio-pragmatique est de montrer que le média spatial détermine la construction du sens car il est à la fois cadre d'interprétation du message et structure discursive. Un dispositif fictionnel spatial pourra mettre en valeur un ensemble patrimonial et ainsi souligner son statut social exceptionnel, si cette mise en scène intègre spatialement et visuellement l'élément patrimonial pour le visiteur (par exemple une fresque au sein de vestiges *in situ*, dont la composition visuelle est le prolongement direct des structures monumentales exposées), tout en documentant le patrimoine par un dispositif externe à la scène, un panneau par exemple. Tandis qu'un élément patrimonial qui resterait extérieur à la mise en scène spatiale poura totalement disparaître de la construction symbolique, car il sortira du cadre d'interprétation global qu'est la fiction ; par exemple des ruines archéologiques seront réduites à un simple support technique de projection si les scènes de reconstruction projetées ne leur donnent pas un rôle particulier dans l'intrigue ou le design graphique (Flon, 2012).

Une telle approche sémio-pragmatique de l'exposition rend caduques les approches considérant les mises en scènes et reconstructions comme l'habillage d'un message qui ferait passer d'un « contexte au service d'un discours à un objet prétexte dans un décor » (Chaumier, 2005 : 25). La distinction entre un message et son décor, ou entre un contenu et un contenant, ignore la dimension spatiale de l'exposition comme élaboration d'un discours intégré répondant à une stratégie construite, bref comme écriture médiatique. L'exposition n'est plus alors étudiée en tant que dispositif de communication, mais comme un objet social dont le statut s'établit à l'extérieur de l'exposition, par le jeu des valeurs sociales qui s'expriment à travers l'identité des institutions culturelles et la singularité de ce que l'on nomme la « culture » par rapport aux pratiques de loisirs ou aux pratiques touristiques.

À l'inverse, l'analyse du média spatial montre que le statut symbolique du patrimoine dépend de la construction discursive médiatique. Le patrimoine dans l'exposition devient un discours médiatique, tout comme la fiction. L'opérateur de signification pour le patrimoine n'est pas le type de référence du discours à la réalité (une référence patrimoniale *versus* une référence fictionnelle) mais bien l'organisation spatiale et discursive du média. Parmi les recherches qui postulent l'exposition comme média, Dominique Trouche et Emmanuelle Lambert (2009) ont montré, à travers l'exemple de la mise en présence des corps dans les musées de l'histoire des guerres, que quelle que soit la forme scripturale utilisée par l'espace muséographique, la construction de la signification autour du passé s'appuyait sur l'ensemble des scènes représentées, sur leur étendue spatiale, sur les lumières, les couleurs,

les matières et les rapports spatiaux et discursifs établis avec les documents et les objets. Les scénographies des corps peuvent adopter différentes formes : une forme indicelle qui met en valeur les traces des corps des hommes du passé (par exemple des cendres aux côtés de photographies de déportés) ; une forme plutôt métaphorique qui incarne des idées proposées au regard comme des *objets artistiques* (par exemple une « baignoire à tout faire » remplie de charbon et épiluchures de pommes de terre évoquant le rationnement et les difficultés des civils pour subvenir à leurs besoins) ; une forme plus mimétique de la réalité, dans la logique des anciens dioramas (par exemple la reconstruction d'espaces publics occupés par les nazis) qui peuvent également questionner les *stéréotypes* de nos représentations de l'histoire. Mais, dans l'exposition, l'élément de mémoire ou de patrimoine ne fait jamais sens isolément, en tant que porteur d'une valeur sociale particulière. Sa valeur sociale se dégage plutôt de l'ensemble du dispositif de mise en scène.

L'ATTRIBUTION DE VALEURS SOCIALES AUX OBJETS PAR L'EXPOSITION

Si, au sein de l'exposition, l'attribution d'un statut fictionnel ou patrimonial aux objets et aux discours au sein de l'exposition est fonction de leur médiatisation, cela implique, en revanche, que l'exposition comme média possède un rôle actif dans la production des valeurs sociales des objets et des discours. De nombreuses recherches analysent ainsi les processus de construction médiatique du patrimoine, c'est-à-dire la production et la circulation des valeurs patrimoniales par ce dispositif médiatique. Comme le rappelle Cécile Tardy dans l'introduction du numéro de *Culture & Musées* consacré à l'écriture du patrimoine (2009), les recherches portant sur les processus de patrimonialisation des objets culturels font apparaître les dimensions matérielle et visuelle des expositions comme une « opération de contextualisation » (Harris, 1993) qui rend visible, lisible et interprétable « ce qui est présente (Tardy, 2009 : 13). Dans cette perspective, le patrimoine est étudié comme « un objet inséré dans des pratiques de communication qui le mettent en scène, le manipulent, l'élaborent, lui donnant son sens patrimonial » (*ibid.*).

Par exemple, Gaëlle Crenn a étudié l'exposition scénographique de l'environnement au Biodôme de Montréal. Elle a abordé l'intégration de spécimens vivants et des valeurs qui y sont associées comme une opération de production de ce patrimoine. L'environnement devient alors un patrimoine à réaliser, y compris par la production de l'exposition : « Le patrimoine devient affaire de restitution plutôt que de restauration : il ne s'agit pas

de sauvegarder des objets de l'usure, mais de donner les conditions de restitution d'un objet [...] à édifier dans le futur » (Grenn, 2003 : 80.) Il en est de même, dans un tout autre domaine, de la patrimonialisation de la chanson étudiée par Juliette Dalbavie (2008), qui relève de la même logique d'un patrimoine en cours de constitution.

Le statut des objets patrimoniaux évolue donc avec le modèle d'exposition qui sert de fondement à leur présentation aux publics. L'exemple des objets extra-occidentaux est probant : provenant des anciens musées parisiens du musée de l'Homme ou des Arts d'Afrique et d'Océanie, ils se trouvent requalifiés par leur distribution dans l'espace au musée du Quai Branly. Gaëlle Lesaffre (2011) a montré que ces objets ne sont plus seulement ethnographiques ou artistiques, mais acquièrent le statut de « curiosités » présentées sur le plateau des collections, dans le sens où le visiteur est laissé autonome dans son parcours spatial et conceptuel par une institution qui « neutralise » sa position sur le statut des collections.

Au-delà du processus de patrimonialisation, la mise en espace dans l'exposition transforme et module les statuts sociaux des choses et des discours. Par exemple, Linda Idjeraoui-Ravez (2012) montre que c'est à travers le témoignage change de statut et peut passer d'un objet documentaire à un objet complexe porteur de valeurs politiques et sociales. La scénographie le fait exister comme un objet physique équivalent au corps et à l'esprit du témoin, favorisant ainsi une relation d'identification du visiteur à l'univers testimonial représenté, et non pas comme acteur d'une mise à distance. Le témoignage prend la valeur d'un « matériau-trace » de l'histoire dans les « zones documentaires » du média, ou au contraire une valeur mémorielle et subjective dans les « zones de testimonialité ».

L'étude du média exposition permet d'ouvrir la réflexion sur les modalités de patrimonialisation d'univers immatériels, sur l'exposition comme espace public, au sens d'un espace de débat social ; elle permet de saisir la complexité des valeurs sociales à travers leurs incarnations matérielles et leur circulation (Jeanmaret, 2008). Par exemple, dans des secteurs aussi différents que le tourisme culturel ou le marché du disque (Da Lage-Py, 2003), où les tensions se manifestent entre une logique patrimoniale de préservation et de communication de savoirs, et des logiques de valorisation marchande parfois vues comme la meilleure possibilité d'organiser une large diffusion du patrimoine. Le dispositif d'exposition opère alors comme la cristallisation de choix (de collecte, documentation, exhibition) institutionnels mais aussi plus largement sociaux, qui sont autant d'opérations de médiation.

LA MÉDIATION AU CŒUR DE L'EXPOSITION COMME MÉDIA

À côté des recherches qui ont contribué à comprendre le fonctionnement et l'importance de la mise en scène, ou encore le rôle de l'exposition dans la production et l'attribution de valeurs sociales (notamment patrimoniales) aux objets, il en est d'autres qui ont montré de quelle manière l'exposition créait une relation avec le public, autrement dit constituait un dispositif de médiation.

Dès 1993, Joëlle Le Marec a mis l'accent sur la relation particulière qui se construisait au sein de l'exposition avec l'institution culturelle²⁶, dominant à ce média un statut de médiateur vers des entités sociales plus larges et plus difficiles à saisir : la culture, la science, l'art... Les études développées ensuite sur l'interactivité dans les musées et les expositions (spécialement de sciences) ont grandement participé à construire un modèle d'analyse de cette relation, car « le rapport entre les individus et leur "collectif" de rattachement » (Topalian & Le Marec, 2003) au sein de l'espace médiatique de la borne interactive est concentré et rassemblé, « comme idéalisé par l'effet d'échelle très réduite » (*ibid.*) – et est de ce fait plus facilement accessible à l'enquête. Face à la borne durant le temps de l'enquête, le visiteur enquêté joue à être le public, l'enquêteur joue à être la sphère de la recherche, le concepteur joue à être l'institution culturelle, et il devient possible de saisir à travers cette situation d'interaction interpersonnelle une représentation des relations entre les publics et l'institution culturelle.

L'exposition est alors l'occasion d'une réflexion sur la pratique culturelle et d'une richesse de possibilités de construction du sens, ce qui se traduit dans les recherches par le développement de la notion de *médiation*. Le concept de médiation, entendu au sens théorique, désigne le processus de création de sens qui se réalise grâce à la relation tissée avec un tiers par un dispositif de communication. Les approches en termes de médiation sont centrées sur la prise en compte, au-delà de l'interaction sociale, de la dimension médiatique pour nouer une relation avec quelqu'un et/ou avec quelque chose comme, par exemple, le passé, l'art, la science ; mais aussi avec l'institution ou l'énonciateur qui présente cet objet à travers le dispositif. Par exemple, Camille Jutant (2011) a exploré à travers le concept d'ajustement le jeu entre les figures d'acteurs (les figures de visiteurs : joueur, érudit... ; les figures du chercheur ; les figures institutionnelles des concepteurs de l'exposition) qui se construit durant la visite de l'exposition.

À partir de cette notion de médiation, les recherches sur l'exposition peuvent aussi nourrir abondamment des recherches sur d'autres dispositifs médiatiques. Par exemple lorsque Céline Schall (2010) analyse un corpus de démissions télévisuelles sur

l'archéologie, il ne s'agit plus d'aborder ces dernières en termes de contenus, mais plutôt d'étudier les stratégies de construction de la relation au passé à travers différentes figures (celle des vestiges, de l'archéologue, de l'instance télévisuelle, de l'homme du passé), des pivots qui organisent la relation aux mondes (du passé, de la science, de la télévision, du quotidien). Les processus de communication dans l'exposition sont ainsi l'occasion de développer des analyses qui vont être opérationnelles sur d'autres types de médias que l'exposition : on retrouve les outils et les résultats d'analyse sur les processus d'exposition dans des recherches portant sur les médias, le tourisme, ou même la communication marchande. C'est ainsi que l'étude des phénomènes de mise en espace étudiés au sein de l'exposition a participé à comprendre les effets symboliques d'autres types d'espaces construits, comme les librairies et boutiques de musées (Gauthier, 2008), ou encore les espaces de la grande distribution tels que le « médiamagasin » (Berthelot, 2006), grâce aux outils qui permettent d'appréhender les relations entre l'enveloppe architecturale et le registre scripturaire, les connotations de l'espace par les ambiances, la qualification institutionnelle et fonctionnelle (relative à l'usage) des espaces, la constitution d'un parcours de visite en étapes reliées par une thématique ou un propos.

EN CONCLUSION, DES NOUVELLES PERSPECTIVES...

Au bilan, on peut dire que le programme de recherche ouvert avec Expo Média il y a quelque trente années a été largement développé. Toutes les recherches dont *Publics & Musées*, puis *Culture & Musées*, se sont fait l'écho ont permis d'établir la manière dont l'exposition fonctionnait en tant que dispositif communicationnel et symbolique ; la manière dont elle était une composante de la vie des musées (Desvallées, Schärer & Drouguet, 2011), mais aussi dont elle était un domaine original de la vie culturelle. Aujourd'hui, il nous semble que trois nouvelles pistes d'investigation se dessinent.

La première, qui à vrai dire n'est pas tout à fait nouvelle mais plutôt inachevée, concerne la manière dont on peut garder trace de l'écriture des expositions, de leur exécutif, en documentant leur mise en espace par la photographie²⁷. Des recherches doctorales ont montré l'intérêt de tels relevés photographiques comme matériau pour une analyse de l'exposition (Charsallah, 2008 ; Lesaffre, 2011). Mais, au-delà, se pose la question des caractéristiques documentaires de tels relevés et de leur standardisation (Tardy, 2012).

Le deuxième domaine concerne l'exploration du processus de production de l'exposition comme objet culturel. Aborder l'exposition comme média amène à étudier non seulement le fonctionnement de l'exposition mais aussi sa production. La scénistique, qui étudie les modalités de production des différents dispositifs audiovisuels et numériques (Jelenc-Merviel, 2005), offre un outil particulièrement intéressant pour formaliser les modalités de la production des expositions²⁸. À notre sens, elle pourrait venir compléter l'approche des métiers et des types de production présentée dans le *Traité d'exécutif* publié tout récemment par Serge Chaumier (2012). Celui-ci, d'ailleurs, ouvre une analyse médiatique de l'exposition qui, d'une part, inclut les formes récentes d'expositions, et, d'autre part, propose l'analyse de dimensions de celle-ci peu explorées jusqu'à lors.

Le troisième tient à l'opportunité offerte par les travaux portant sur l'expérience de visite. Par exemple, Daniel Schmitt (2012), s'appuyant sur les théories de l'éraction, a enregistré ce que voient les visiteurs de leur point de vue (Perspective Subjective Située) avec une caméra embarquée, puis effectué des entretiens d'auto-confrontation permettant d'appréhender puis d'analyser ce qui se passe au cours de la visite ainsi que la manière dont se construit la signification au cours de celle-ci²⁹. Or, on sait que ces phénomènes sont extrêmement difficiles à saisir avec les techniques d'enquête habituelles (observation ou enregistrement des comportements, entretiens post-visite ou même itinérants). Mais ce n'est pas ce gain en matière d'analyse des publics qui nous retiendra ici ; plutôt la possibilité qui est ainsi offerte, et que justement il conviendrait d'explorer et de tester, de croiser cette approche avec une analyse médiatique de l'exposition afin de confronter l'organisation sémiotique de cette dernière, la production de signification dans l'exposition, voire la stratégie des producteurs, avec la production de signification au cours de l'usage. Chose qui, à notre connaissance, constitue une sorte d'idéal pour l'approche de l'exposition comme média.

J. D. & É. F.
CNE-UMR CNRS 8562-Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

1. Colloque « L'écrit dans l'exposition », ELAC, Lyon, 21-23 juin 1982. Christian Carrier, à l'époque du colloque résorcié de l'association Peuple et Culture, a été l'initiateur d'une série de trois colloques : « L'écrit dans l'exposition » était le premier, puis « Utilisation et les problèmes de l'évaluation de l'exposition », et enfin « L'exposition et son lieu », dont les actes furent initialement publiés dans les *Cahiers Peuple et Culture* respectivement en mars, mai et juillet 1983.
2. Christian Carrier fut à l'origine de la création de l'association Expo Média comme filiale de Peuple et Culture. L'association publia quatre *Cahiers Expo Média (Les Inmatériaux au Centre Pompidou en 1985 [1986], L'objet expose le lieu [1986], Chiel une expo [1987], FT 85 [1987])*. Il fut également à l'origine de l'édition par le Centre Pompidou d'*Histoires d'expo : un thème un lieu, un parcours (1983)* et *Claquemurer pour ainsi dire tout l'univers : la mise en exposition (1986)*.
3. L'ouvrage réunissait des contributions de Dominique Poulot, Christian Jacob, Anne Gotman, Alain Bourdin, François Cousin, Carlos Villegas.
4. Il faut toutefois mentionner les liens avec, d'un côté, le monde des musées et des expositions d'art moderne et contemporain – spécialement avec la MNES (Muséologie nouvelle et expérimentation sociale) – et, de l'autre, avec la didactique des disciplines scientifiques et avec les chercheurs travaillant sur la vulgarisation.
5. Comme le relève-t-il d'ailleurs André Gob et Noémie Drouguet ([2003] 2006) dans leur ouvrage sur la muséologie.
6. Cette posture a été ensuite étendue au domaine de la culture avec *Culture & Musées*.
7. Et qui en avait rédigé l'introduction (Barbier-Bouvet, 1983b). Jean-François Barbier-Bouvet était alors directeur de ce service des études et de la recherche de la bibliothèque publique d'information du Centre Georges Pompidou. Il faut signaler que la bibliothèque publique d'information et le centre de création industrielle du Centre Pompidou ont fortement soutenu le développement des études sur l'exposition.
8. Eliseo Verón (1992) a repris cette conception dans un article de *M Scope* intitulé « Le plus vieux média du monde ». Le versant théorique de cette conception est développé dans Verón (1987).
9. Pour être plus précis, il s'agit, compte tenu de l'époque, d'une référence à l'école française des Roland Barthes, Algirdas Julien Greimas, Christian Metz et Louis Marin. Cette communication « Texte et exposition » a été republiée dans *Histoire d'expo*, puis reprise dans Davallon (1999 : 49-60).
10. Une telle conception postule une nature du musée (ou plutôt d'un champ muséal) selon laquelle le statut symbolique des objets ne serait ni un fait d'institution ni un construit social (vg. Dolcho 2011). Cette position revient à asservir totalement le fonctionnement de l'exposition à une conception ontologique de la muséologie.
11. Nous sommes dans une conception de la relation esthétique proche de celle d'André Malraux, où le contact suffit à produire un effet (voir un commentaire de cette conception par Jean Caune (1999)). On trouve par exemple une discussion intéressante de la notion d'objet par Andrea Semprini (1995).
12. Une critique de cette idéologie rim-publique cependant pas une méconnaissance de l'importance que peut avoir la relation esthétique dans la construction de signification au sein de ce média spatial qu'est l'exposition ni celle de la spécificité du statut sémiotique, cognitif et symbolique de l'objet.
13. À titre d'exemple, voir le numéro de *Culture & Musées* consacré aux médiations de l'art contemporain (2003).
14. Voir ici-même la contribution de Daniel Jacobi et Yves Jeanneret.
15. L'enjeu devient alors l'étude, d'une part, de la manière dont l'exposition répond à un projet éducatif par exemple et d'autre part, des modalités de l'interprétation opérée par le visiteur. C'est une telle approche, au demeurant fort intéressante, qui est développée chez des auteurs anglosaxons comme Eileen Hooper-Greenhill (vg. 1995) ou encore Richard Sandell (vg. 2007).
16. Le tableau est un texte figuratif et un système de lecture : il serait souhaitable, pour comprendre la portée de cette première affirmation que les termes de texte et de lecture ne fussent point métaphoriques, mais simplement saisis à partir de la métaphore si souvent utilisée de la lecture (Marin, 1969) 1971, p. 112, cité d'après 1969).
17. Mais, évidemment, cette double signification ne doit pas être confondu avec la double signification dont parle É. Benveniste à propos de la langue : la « signification des signes » (signification sémiotique) et la « signification de l'énonciation » (signification sémanémique) (Benveniste, 1974 : 65). Rappelons que pour É. Benveniste, « le sémiotique désigne le mode de signification qui est propre au SIGNE linguistique et qui le constitue comme unité » ; tandis qu'avec « le sémanémique, nous entrons dans le mode spécifique de signification qui est engendré par le DISCOURS » (Benveniste, 1974 : 64). « Le sémiotique se caractérise comme une propriété de la langue, le sémanémique résulte d'une activité du locuteur qui met en action la langue. » (Benveniste, 1974 : 224). C'est la raison pour laquelle Louis Marin, suivant et prolongeant É. Benveniste, parlait de la sémanémique et de la mémasémantique (comme sémanémique de l'énonciation) du tableau (ou de la représentation), et non de sa sémiotique.
18. Pour É. Benveniste, rappelons que l'intérent est le sens visé par le discours (l'idée d'une phrase), et non le sens des unités (des mots) employés pour la construire. Suivant L. Marin, nous dirons que la signification de l'exposition est sémanémique et mémasémantique.
19. À la différence de la « lecture » du tableau dont parle L. Marin, la visite ne peut être « nombreuse » puisque le visiteur n'ayant pas sous le regard la totalité du dispositif, ne peut revenir à plusieurs reprises pour développer la signification selon des parcours de regard. Voir J. Davallon (1999 : 18 sq).
20. Noter que ce processus d'intégration correspond à ce que Roy Harris (1993) considère comme étant spécifique de l'écriture.
21. À ce sujet, voir par exemple Jean-Baptiste Roy (2000), et surtout le numéro 5 de *Culture & Musées* (2005), qui fait état de nombreux travaux portant sur cette question. Cette représentation au sein de l'exposition s'appuie sur le fait que toute exposition est un construit (un monde de langage).
22. À propos de ces règles constitutives, voir J. Davallon (1999 : 30sq ; 1986 : 51).
23. Traitant ici de la production de l'exposition comme texte, nous utilisons le terme de sémio-pragmatique plutôt que celui de sociosémiotique.
24. Chez R. Harris, le concept d'intégration est en relation avec celui d'écriture, puisque celle-ci consiste en une série de mise en contexte (dans un champ graphique situé, qui est aussi en relation avec l'activité du récepteur), chacune de ces mises en contexte d'un signe (d'un ensemble signifiant donné) produisant un nouveau signe, producteur d'une nouvelle signification.
25. Pour Joëlle Le Marec, « le fait que la visite soit une expérience vécue, dans un lieu et un temps limités, est déterminant dans l'exploitation qui en est faite par les visiteurs, qui savent que les concepteurs ont le

- projet de modifier quelque chose chez eux, de les atteindre [...]]. Cet intérêt pour les motivations, le projet, les principes sous-jacents, nous semblent caractéristiques de la relation du visiteur à l'exposition, par comparaison à une situation classique de consommateur où il est hors de question, au sens propre, de mélanger au même niveau l'usage de l'objet que l'on a acquis et la réflexion sur les intentions des producteurs » (Le Marcq, 1993 : 93).
27. Il s'agit ici de relevés photographiques répondant à un protocole de prise de vue précis, opéré par des chercheurs, et non pas de l'usage de photographes produites par des visiteurs comme support d'entretien dans le cadre d'enquêtes, ou encore ayant le statut de témoignage de visite dans le cadre de sites participatifs par exemple.
28. Il existe, en effet, une proximité dans la conception des expositions répondant à un propos avec celle des autres dispositifs numériques.
29. Pour une présentation détaillée de l'approche, voir le site <www.museographie.fr>

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Barbier-Bouret (Jean-François). 1983a. « Le système de l'exposition », p. 13-17 in *Histoires d'expo : Un thème, un lieu, un parcours*. Paris : Éd. Centre de création Industrielle-Centre Georges Pompidou / Peuple et Culture.
- Barbier-Bouret (Jean-François). 1983b. « Le visiteur dans tous ses états », (introduction) p. 1-19 in *Ethnographie de l'exposition : L'espace, le corps, le sens / sous la direction d'Eliseo Verón et Martine Levasseur*. Paris : Éd. Bibliothèque publique d'information-Centre Georges Pompidou.
- Belahen (Florence). 2002. *L'Expérience de visite dans les expositions scientifiques et techniques à scénographie d'immersion*. Thèse de doctorat : Sciences de l'information et de la communication : Université de Bourgogne.
- Belahen (Florence). 2003. « Les expositions d'immersion », *La Lettre de L'OCIM*, 86(5), p. 27-31.
- Benveniste (Émile). 1974. *Problèmes de linguistique générale*. t. II. Paris : Gallimard.
- Berthelot (Pierre). 2006. *Le « Médiamagasin », une métaphore pour penser la mutation du design contemporain*. Thèse de doctorat : Sciences de l'information et de la communication : Université Paris IV-CELSA.
- Cameron (Duncan F.). [1968] 1992. « Un point de vue : le musée considéré comme système de communication et les implications de ce système dans les programmes éducatifs muséaux », p. 259-270 in *Vagues : Une anthropologie de la nouvelle muséologie*, t. I, sous la direction d'André Desvallées (traduit de l'américain par René Rivard. 1968. « A View Point : the Museum as a Communication System and Implications for Museum Education », *Curator*, 11(1), p. 33-40). Mâcon : Éd. W / Savigny le Temple : MNES.
- Caune (Jean). 1999. *Pour une ébrique de la médiation : Le sens des*

pratiques culturelles. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble. (Communication, Médias et Sociétés.)

- Chamrier (Serge). 2005. « Introduction », *Culture & Musées*, 5, p. 13-36.
- Chamrier (Serge). 2012. *Traité d'exposition : Les écritures de l'exposition*. Paris : Éd. de la documentation Française (Musées-Mondes).
- Crenn (Gaëlle). 2000. *Le Biodôme de Montréal ou la nature médiatisée : Patrimonialisation de l'immersion*. Thèse de doctorat : Sciences de la communication : Université de Montréal.
- Crenn (Gaëlle). 2003. « La patrimonialisation de l'environnement au Biodôme de Montréal », *Culture & Musées*, 1, p. 65-87.
- Culture & Musées, 3, 2003. Les médiations de l'art contemporain, sous la direction d'Élisabeth Caillet et Daniel Jacobi.
- Culture & Musées, 5, 2005. Du musée au parc d'attractions, sous la direction de Serge Chamrier.
- Da Lage-Py (Émilie). 2003. « Les collections de disques de musiques du monde entre patrimonialisation et marchandisation », *Culture & Musées*, 1, p. 89-107.
- Dalbarrie (Juliette). 2008. *La Patrimonialisation de la chanson, entre musée et mémoire collective : l'exemple de Georges Brassens à Sète*. Thèse de doctorat : Sciences de l'information et de la communication : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.
- Davallon (Jean). 1983. « Texte et exposition », p. 45-52 in *L'Écrit dans l'exposition*. Paris : Éd. Peuple et Culture (Cahier 1). Repris p. 49-60 dans *L'Exposition à l'examen : Stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris : Éd. de l'Harmattan. 1999.]
- Davallon (Jean) (dir.). 1986. *Claquemurer pour ainsi dire tout l'univers : La mise en exposition*. Paris : Éd. Centre de création industrielle / Centre Georges Pompidou.
- Davallon (Jean). 1999. *L'Exposition à l'œuvre : Stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris : Éd. de l'Harmattan.
- Deloche (Bernard). 2011. Art. « Muséal », p. 236-250 in *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*, sous la direction d'André Desvallées & François Mairesse. Paris : Armand Colin.
- Desvallées (André), Schaefer (Marlith) & Drouguet (Noémie). 2011. Art. « Exposition », p. 136-173 in *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*, sous la direction d'André Desvallées & François Mairesse. Paris : Armand Colin.
- Filon (Émilie). 2005. *La Patrimonialisation de l'archéologie : La mise en scène des vestiges dans l'exposition*. Thèse de doctorat : Sciences de l'information et de la communication : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.
- Filon (Émilie). 2012. *Les Mises en scène du patrimoine : savoir, fiction et médiation*. Paris : Éd. Hermann / Lavoisier.
- Gauthier (Mathilde). 2008. « La librairie de musée en tant que médium », *Culture & Musées*, 11, p. 37-58.
- Ghasasillah (Soumaya). 2008. *Le Rôle de l'espace dans le musée et l'exposition : Analyse du processus communicationnel et signifiant*. Thèse de doctorat : Sciences de l'information et de la communication / Ph. D. : Muséologie, médiation, patrimoine : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse / Université du Québec à Montréal.
- Gob (André) & Drouguet (Noémie). [2003] 2006. *La Muséologie : histoire, développements, enjeux actuels*. Paris : Armand Colin.
- Gottesdiener (Hana) (dir.). 1987. *Liéna-tion de l'exposition : Définitions, méthodes et bibliographie sélective commentée d'études d'évaluation*. Paris : Éd. de la documentation Française.
- Harris (Roy). 1993. *La Séméiologie de l'écriture*. Paris : CNRS Éditions.
- Heinich (Nathalie). 1986. « Un événement culturel », p. 25-122 in *Les*

- Inmatériaux au Centre Georges Pompidou en 1985 : Étude de l'événement exposition et de son public.* Paris : Éd. Expo Média, 1986 (Cahiers Expo Média, 1).
- Histoire d'expo : Un thème, un lieu, un parcours.* 1983. Paris : Éd. Centre de création industrielle-Centre Georges Pompidou / Peuple et culture.
- Hodge (Robert) & D'Souza (Wilfred), 1979. * Le musée, agent de communication : Analyse sémiotique de la galerie consacrée aux aborigènes dans le musée d'Australie-Occidentale, Perth *. *Museum* 31(4), p. 254-271.
- Hooper-Greenhill (Eileen) (éd.), 1995. *Museum, Media, Message.* Londres & New York : Routledge. (Museums : New Visions/New Approaches.)
- Idjraoui-Rayez (Linda), 2012. *Le Témoinage exposé : Du document à l'objet médiatique.* Paris : Éd. de l'Harmattan. (Communication et Civilization.)
- Jacobi (Daniel) & Jacobi (Emmanuel), 1986. * Le panneau dans l'exposition scientifique *, p. 156-163 in *L'objet exposé le lieu : Présentation, représentation, exposition.* Paris : Éd. Expo Média (Cahiers Expo Média, 2).
- Jeanneret (Yves), 2008. *Penser la triviale* Vol. 1 : *La Vie triviale des êtres culturels.* Paris : Éd. Hermanns / Lavoisier.
- Juant (Garnille), 2011. *Statistes, inter-préter et qualifier une pratique culturelle : Approche communicationnelle de la visite muséale.* Thèse de doctorat : Sciences de l'information et de la communication / Ph. D. : Muséologie, médiation, patrimoine : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse / Université du Québec à Montréal.
- L'Objet exposé le lieu : Présentation, représentation, exposition.* 1986. Paris : Éd. Expo Média (Cahiers Expo Média, 2).
- Le Marec (Joëlle), 1993. * L'interactivité, rencontre entre visiteurs et concepteurs *. *Publics & Musées*, 3, p. 91-109.
- Les Inmatériaux au Centre Georges Pompidou en 1985 : Étude de l'événement exposition et de son public.* Paris : Éd. Expo Média, 1986 (Cahiers Expo Média, 1).
- Lelou-Merviel (Sylvie), 2005. * Structurer la conception des outils numériques grâce à la scénaristique *, p. 151-181 in *Création numérique : Écritures - expériences interactives*, sous la direction de Sylvie Lelou-Merviel. Paris : Éd. Hermès Science / Lavoisier.
- Lesaffre (Gaelle), 2011. *Objets de patrimoine, objets de curiosité : Le statut des objets extra-occidentaux dans l'exposition permanente du musée du Quai Branly.* Thèse de doctorat : Sciences de l'information et de la communication / Ph. D. : Muséologie, médiation, patrimoine : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse / Université du Québec à Montréal.
- Marin (Louis), [1969] 1971. * Éléments pour une sémiologie picturale *, p. 109-142 in *Les Sciences humaines et l'Œuvre d'art*, sous la direction de Bernard Teyssèdre et al. Bruxelles : Éd. La connaissance. (Témoins et témoignages / Actualité.) [Repris p. 17-43 dans *Études sémiologiques : Écritures, peintures.* Paris : Éd. Klincksieck (Esthétique 11) 1971.]
- McLuhan (Marshall), Parter (Harley) & Barzun (Jacques), [1967] 2008. *Le Musée non théâtre : Exploration des méthodes, moyens et valeurs de la communication avec le public par le musée.* Texte du séminaire tenu au musée de la ville de New York les 9 et 10 octobre 1967 [traduction, introduction et notes de Bernard Deloche et François Maitresse, avec la collaboration de Suzanne Nash pour la traduction et les notes, 1969]. *Exploration of the Ways, Means and Values of Museum Communication with the Visiting Public Museum of the City of New York.* New York : Museum of the City of New York.
- Lyon : Éd. Aléas.
- Métamorphoses*, 9, 2003. * L'exposition, un média *. Merleau-Ponty (Claire) & Ezrati (Jean-Jacques), 2005. *L'exposition : théorie et pratique.* Paris : Éd. de l'Harmattan. (Patrimoines et sociétés.)
- Monperré (Raymond), 1996. * Une logique d'exposition populaire : Les images de la muséographie analogique *. *Publics & Musées*, 9, p. 55-103.
- Péninou (Georges), 1972. *L'intelligence de la publicité.* Paris : Laffont.
- Poli (Marie-Sylvie), 2002. *Le Texte au musée : Une approche sémiotique.* Paris : Éd. de l'Harmattan. (Sémiotiques.)
- Poulet (Dominique), 1986. * Les mutations de la sociabilité dans les musées français et les stratégies de conservateurs, 1960-1980 *, p. 95-109 in *Sociologie de l'art*, sous la direction de Raymond Moulin. Paris : Éd. de la documentation Française.
- Publics & Musées*, 1, 1992. * Les textes dans les musées *, sous la direction d'Hana Gotschedner.
- Roy (Jean-Baptiste), 2000. * Qu'est-ce qu'un musée d'archéologie? *. *Musées & Collections publiques de France*, 227, p. 39-48.
- Sandell (Richard), 2007. *Museums, Prejudice and the Framing of Difference.* Londres & New York : Routledge.
- Schall (Céline), 2010. *La Médiation de l'archéologie à la télévision : La construction d'une relation au passé.* Thèse de doctorat : Sciences de l'information et de la communication / Ph. D. : Muséologie, médiation, patrimoine : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse / Université du Québec à Montréal.
- Schiele (Bernard), Perron (Charles) & Boucher (Louise), 1987. *Ciel une expo! Approche de l'exposition scientifique.* Paris : Éd. Expo Média (Cahiers Expo Média, 3).
- Schiele (Bernard) & Boucher (Louise), 1987. * Une exposition peut en cacher une autre *, p. 69-222 in *Ciel une expo! Approche de l'exposition scientifique*, sous la direction de Bernard Schiele, Charles Perron et Louise Boucher. Paris : Éd. Expo Média (Cahiers Expo Média, 3).
- Schiele (Bernard) & Jacobi (Daniel) (dir.), 1988. * La divulgation du savoir *. *Prole*, 16(3).
- Schiele (Bernard), 1996. * Introduction *. *Publics & Musées*, 9, p. 10-14.
- Schiele (Bernard), 2001. *Le Musée de science : Montée du modèle communicationnel et recomposition du champ muséal.* Paris : Éd. de l'Harmattan. (Communication.)
- Schmitt (Daniel), 2012. *Expérience de visite et construction des connaissances : Le cas des musées de sciences et des centres de culture scientifique.* Thèse de doctorat : Sciences de l'information et de la communication : Université de Strasbourg.
- Sempirini (Andrea), 1995. *L'Objet comme procès et comme action : De la nature et de l'usage des objets dans la vie quotidienne.* Paris : Éd. de l'Harmattan.
- Tardy (Cécile), 2009. * Introduction *. *Culture & Musées*, 14, p. 13-18.
- Tardy (Cécile), 2012. *Représentations documentaires de l'exposition.* Paris : Hermann.
- Topalan (Roland) & Le Marec (Joëlle), 2003. * Évaluation et interactivité, un modèle peut en cacher un autre *. *Communication & Langages*, 137, p. 77-87.
- Trouche (Dominique) & Lambert (Emmanuelle), 2009. * La convocation des corps dans les expositions des musées de l'histoire des guerres *. *Culture & Musées*, 14, p. 127-145.
- Trouche (Dominique), 2010. *Les Mises en scène de l'histoire : Approche communicationnelle des sites historiques des guerres mondiales.* Paris : Éd. de l'Harmattan. (Nouvelles études anthropologiques.)
- Véron (Eliseo) & Levesseur (Martine), 1983. *Ethnographie de l'exposition : L'espace, le corps et le sens.* Paris : Éd. Bibliothèque publique d'information-Centre Georges Pompidou.
- Véron (Eliseo), 1987. *La Sémiotique sociale : Fragments d'une théorie de la discursivité.* Saint-Denis : Presses universitaires de Vincennes. (Sciences du langage.)
- Véron (Eliseo), 1992. * Le plus vieux média du monde *. *M. Scope*. * Le musée : média de formation? *, n° spéc., p. 32-37.

RÉSUMÉS

Après avoir rappelé la manière dont Expo Média a contribué à poser les bases d'une investigation de l'exposition comme média, l'article décrit les caractéristiques des deux approches de celle-ci : celle selon laquelle un dispositif d'interprétation vient donner sens à l'exposé et celle où c'est la mise en exposition comme mise en espace et en scène qui est à l'origine de la production du sens. Viennent ensuite, dans une seconde partie, les trois principales pistes selon lesquelles se sont développées les recherches sur la dimension médiatique de l'exposition : la compréhension des mises en scène, le rôle de l'exposition dans la production et l'attribution des valeurs et son fonctionnement comme médiation. Une conclusion vient rapidement évoquer ce qui se dessine comme nouvelles pistes autour de la documentation de l'espace de l'exposition, de sa production et de la mise en relation de l'organisation médiatique de l'exposition et de la production du sens dans l'expérience de visite.

Titre : Le média exposition

Mots-clés : Exposition, média, dispositif de communication, mise en espace, interprétation, médiation.

After recalling the way in which Expo Média helped to lay the foundations of investigation into exhibition as media, the article then describes the characteristics of two approaches to an exhibition : according to one, interpretation devices are essential to make sense of what is displayed, and according to the other, the layout and the staging of an exhibition produce meaning in itself. In the second part, the article delineates three principal lines of research into the mediatic dimension of an exhibition: understanding the staging, the role an exhibition plays in the generation and attribution of values, and, finally, the way it works as mediation. In conclusion, there is a brief overview into new lines of research documenting the exhibition space, the way an exhibition is mounted, and the relationship, in the experience of a museum visit, between the mediatic organization of an exhibition and emergent meaning.

Title: Exhibition as Media

Keys words: Exhibition, media, display, interpretation, mediation.

Despues de haber recordado la manera cómo *Expo Média* contribuyó a establecer las bases de una investigación de la exposición como medio, el artículo describe las

características de dos aproximaciones de ésta : aquella según la cual un dispositivo de interpretación viene a dar sentido a lo expuesto y aquella donde es la exposición como contextualización y montaje que está al origen de la producción de sentido. Enseñada vienen, en una segunda parte, las tres pistas principales según las cuales se han desarrollado las investigaciones sobre la dimensión mediática de la exposición : la comprensión de montajes, el rol de la exposición en la producción y la atribución de los valores y su funcionamiento como mediación. Una conclusión evoca rápidamente lo que se esboza como nuevas pistas en torno a la documentación del espacio de la exposición, de su producción y de la puesta en relación de la organización mediática de la exposición y de la producción de sentido en la experiencia de la visita.

Titulo : El medio exposición

Claves : Exposición, medio, dispositivo de comunicación, montaje, interpretación, mediación.