

La exposición temporal como medio de comunicación

CHRISTIAN CARRIER
Historiador y Semiólogo

Il y a quelques années les expositions temporaires étaient principalement fréquentées par un public d'amateurs éclairés, "instruits". Seules les Expositions Universelles, grands événements populaires et festifs, faisaient exception.

Aujourd'hui, la situation est différente. Les expositions "ont du succès". Les expositions temporaires sont considérées comme des événements, que ce soit au plan local, au plan national ou au plan international. C'est du moins ainsi que les présentent la presse et les mass-media. Il n'y a guère de journées où l'on ne nous prescrive comme obligation culturelle de devoir visiter telle ou telle exposition. Pour le visiteur potentiel, c'est une question de statut social, d'appartenance à une catégorie sociale de citoyen, une sorte de "marqueur culturel". Parfois même, c'est le refus d'aller visiter l'exposition-événement qui apparaît comme un signe de "distinction", une touche de snobisme...!

Les expositions sont donc progressivement devenues des espaces-temps de loisirs –culturels– où l'on est invité à consommer des signes de culture, car le type de visite généralement pratiquée ne peut être considérée comme une pratique culturelle, pas plus que le fait de regarder la retransmission d'une épreuve sportive ne peut être considéré comme une pratique sportive...

Dire que visiter une exposition c'est vouloir appartenir à une catégorie de population qui se considère comme cultivée et informée serait "réducteur" et ne veut pas dire qu'il n'y ait pas ou qu'il n'y ait plus, de véritables amateurs. Mais il est permis de considérer que les foules drainées vers les expositions s'y rendent plus par les motivations que créent les campagnes de com-

Museo

La exposición temporal como medio de comunicación

munication ou de publicité, que par goût réel, même si le goût peut bien évidemment se révéler, se constituer ou se développer à l'occasion de la visite (—On ne peut pas s'instituer en évaluateur de la sincérité "des autres". On ne peut que constater les effets de mode, et les résultats des campagnes de publicité, d'information—).

Ce que l'on peut également constater, c'est que l'exposition temporaire fait aujourd'hui l'objet de campagne de promotion comme n'importe quel service ou produit commercial.

L'exposition est un média promu et valorisé par les mass-media —qui en tirent éventuellement— de leur côté, un statut de notoriété culturelle, de sérieux, de qualité...

Il n'est pas le seul média à bénéficier, ou à souffrir, des mass-media: le livre ou la musique enregistrée, par exemple, connaissent le même sort. A la différence près que livres et musiques enregistrées sont des produits de l'industrie culturelle diffusés commercialement alors que l'exposition, manifestation éphémère serait à rapprocher du spectacle vivant... Les contextes économiques de production et de consommation peuvent contribuer à expliquer bien des aspects...!

Comme tout événement attirant un public important, il n'est donc pas surprenant que l'événement serve de support pour un autre type de communication, n'ayant parfois rien de commun avec le contenu même de l'exposition. Il suffit de regarder attentivement les affiches, les cartons d'invitation aux inaugurations, et bien entendu la presse, pour voir que l'annonce de l'exposition est prétexte pour faire passer un

autre message qui sera un message institutionnel ou politique, un message commercial, ou un message de promotion touristique.

Communiquer sur l'exposition, c'est l'occasion de communiquer sur l'institution qui finance l'opération ou qui en assume la responsabilité. L'institution peut être publique ou privée, cela peut être une institution politique —municipale, régionale ou ministérielle—, ou être une enseigne commerciale —banque ou grande marque—, ou un organisme touristique— l'exposition étant alors considérée comme contribution à la promotion touristique d'une ville, d'un territoire (Les exemples ne manquent pas, et celui de Bilbao ou ceux de la Caixa font en Europe, référence dans le domaine...).

De même que la publicité figurant dans la presse ou occupant les écrans de télévision ne devrait pas faire oublier la fonction initiale du média, les contenus des informations et des opinions, "l'événement médiatique et culturel" qu'est devenue l'exposition temporaire avec sa forme de célébration sociale, politique, commerciale... ne devrait pas nous distraire de ses véritables objectifs.

Il nous semble donc utile de revenir sur l'exposition temporaire, comme média, dans sa forme, ses composantes, ses fonctionnements...

Etudier "la exposición temporal como medio de comunicacion" nous amène à préciser pourquoi et comment nous considérons l'exposition comme un média, ce qui n'est pas encore habituel, dans le milieu des conservateurs de Musée.

Il nous semble donc utile de rappeler certaines notions concernant ce que l'on appelle un *média*.

LE MEDIA

Quand on procède à la description et la définition d'un média, on traite le plus souvent de sa *production*. On en étudie alors le *dispositif technique* ou *technologique*, indépendamment des phénomènes de circulation et de réception des messages.

Pour l'exposition cela se traduit par "*comment réaliser l'exposition?*" et non par "*comment fonctionne l'exposition*", ou par "*comment est-elle perçue? qu'est-ce que les visiteurs en mémorisent...?*"

Un média peut se caractériser par les différents aspects de son utilisation, par *l'accès collectif*, privé ou public, à *un même message*; un accès qui permet la *réception* du message. C'est ce dernier aspect qui est, généralement, le moins étudié.

La notion de média désigne un *canal*, un *support de sens*, porteur de messages, d'informations, —comme le sont, par exemple, le journal, la revue, la radio, la télévision...— avec un *lieu de production* et un *lieu de manifestation du sens*.

Les *canaux*, les *supports* sont des dispositifs et des matériels techniques et technologiques, qui sont, à un moment donné, socialement disponibles et accessibles à l'utilisation. L'exposition est, par définition, un canal. Par contre, elle utilise divers supports, comme nous l'écrivons ultérieurement.

Le *lieu de production* suppose, préalablement, une institution et des *instances* diverses, culturelles, techniques, juridiques, administratives sinon politiques, financières... Ces institutions et instances ont des objectifs et des *publics-cibles*, des clientèles, des *fidèles*. Et elles ont des intérêts à défendre.

Pour l'exposition il peut s'agir, le plus souvent, de musées ou de centres culturels avec des instances scientifiques et culturelles, (des conservateurs, des "curators" etc.).

Le *lieu de manifestation* du sens est l'espace, ponctuel et environnemental, dans lequel est reçu le message.

Dans le cas de l'exposition le *canal*, le *lieu de production* de sens et le *lieu de manifestation* du sens sont tous en un seul et même espace que *parcourt le récepteur*.

Ce qui distingue radicalement l'exposition des autres médias, car il est le seul à être ainsi.

L'EXPOSITION MEDIA

Quand l'exposition est considérée comme média il faut opérer un premier constat: il est difficile de donner une définition précise de l'exposition, même si, comme nous allons le constater, ce *média a sa spécificité*: à la différence de l'exposé de type universitaire qui utilise comme support la langue parlée —ce qui implique du temps, une durée pré-définie,— le média exposition est un média de la matérialité et de l'espace, un espace aménagé. L'exposition est un média qui se déploie; ce qui implique une "*mise en par-*

Museo

La exposición temporal como medio de comunicación

cours" de ce que l'on veut montrer ou démontrer; ce qui implique une présence simultanée et matérialisée du "donné à voir" et des visiteurs-spectateurs-récepteurs.

Si l'on considère le mode de production, les conditions de réception, et le fonctionnement du media, il est possible pour chacun d'entre nous de comparer l'exposition avec d'autres médias tels que le journal ou la revue, le livre, ou même avec la vitrine ou l'affiche, ou encore avec l'émission de télévision ou avec le film. etc. Cet exercice permet de situer le media exposition parmi les autres et d'en repérer *les aspects qui lui sont propres, spécifiques*.

Contrairement aux autres media, l'exposition n'a pas son *vocabulaire* propre, spécifique. Pour en parler, pour l'étudier, l'analyser, il faudra emprunter les mots et les concepts à d'autres disciplines, et cela ne se fera pas sans provoquer des effets de connotations-parasites.

Le media exposition est *un media composite* où plusieurs types de langages se combinent, en proportions toujours différentes.

Le media exposition fait usage de divers codes qu'il mixte, des codes pas toujours stables, qui se superposent ou se juxtaposent pour produire des effets, pour provoquer des émotions, pour permettre au visiteur de "construire du sens"

Il n'est jamais réductible à aucune de ses composantes.

La "mémoire" sera celle d'une expérience vécue par ceux qui l'ont visitée.

Le *catalogue* ne remplace réellement jamais cette expérience. Il ne constitue qu'une sorte d'archive spécifique, une catégorie de documentation, de commentaire, de glose...

L'exposition traditionnelle est *un média à trois dimensions*, auxquelles il faudrait en ajouter une *quatrième: le temps*: celui de la visite. L'exposition est un média d'espace qui implique la participation du spectateur. *Le visiteur est dans le média*. Il parcourt l'exposition, physiquement et visuellement. Pour lui, il y a une "gestion de l'espace" et une "gestion temporelle" du parcours au cours duquel il doit développer des activités de découverte et de compréhension, en étant invité à percevoir et à interpréter des séries de signes et d'indices de différentes natures qui sont présents simultanément aux objets.

Dans les pratiques d'exposition il y a des conventions et des habitudes qui s'acquièrent peu à peu. Ces conventions, ces traditions, ces habitudes peuvent être repérées tant du côté des producteurs que du côté des visiteurs. Cela a fini par établir des sortes de normes, mais des normes dont on n'a jamais réellement défini les codes, les règles. La diversité des expositions est telle que rien n'est définitivement stable et établi, et on peut aisément constater aujourd'hui, lors de nos visites, que les réalisations se diversifient de plus en plus, jusqu'à rejoindre parfois les pratiques du spectacle ou même du parc d'attractions ou du centre commercial.

Pour l'exposition il faut toutefois constater que tout le sens n'est jamais produit en ce seul lieu: il pré-existe parfois et il faut également prendre en compte tout ce qui prépare les visiteurs à la visite, tout ce qui "conditionne" le visiteur.

LA PRESENCE REELLE

L'exposition est, le plus souvent, *le média de la présence réelle* matérialisée et spatialisée d'oeuvres, d'objets ou de documents –avec ce que ce terme de *présence réelle* comporte de connotation culturelle et même culturelle chrétienne occidentale–,

Mais la présence réelle connaît bien des substituts. Aujourd'hui, on nous propose des images de synthèse, des images virtuelles, des "réalités virtuelles".

La publicité nous parle même de l'inutilité de se déplacer pour visiter un musée ou une exposition, puisque l'on est censé pouvoir le faire chez soi, en utilisant un CDROM ou Internet. C'est oublier que l'exposition est aussi un lieu, un lieu *de sociabilité*, un lieu de partage social de l'espace et le lieu d'une autre présence réelle: celle des autres visiteurs, dans cette véritable célébration culturelle qu'est la visite de l'exposition, au musée ou en tout autre lieu!

C'est la présence réelle et simultanée, en un même lieu, en un même espace, du média et des utilisateurs qui caractérise l'exposition. Plus encore qu'un espace de communication, l'exposition est un *espace de médiation*, c'est à dire un espace où devrait s'établir une "mise en présence", une "mise en contact".

Essayons, à présent, d'analyser un peu mieux ce qui est donné à voir au visiteur. Quelles sont ces "unités" porteuses de sens, d'information et d'émotion, ces éléments que les anglophones nomment "*exhibits*" et que les francophones nomment aujourd'hui "*expôts*" qu'il s'agisse d'o-

euves d'art, d'objets, de documents ou d'artefacts.

On doit toujours se demander quels rôles ils peuvent jouer, quelles fonctions ils vont occuper dans *l'ensemble-exposition* ou, plus simplement, dans chaque séquence.

Le premier objectif de l'exposition étant de "donner à voir", on peut établir plusieurs niveaux. A commencer par les expôts...

Nous distinguerons deux catégories d'expôts, deux niveaux:

1) Un premier niveau: celui des "authentique", des "originaux"

Enumérons: oeuvre d'art, objet, document, –sans oublier l'être vivant dans le cas du jardin botanique ou du parc zoologique, par exemple–.

Posons-nous quelques questions : s'agit-il d'échantillon, de fragment? et pour être plus précis: s'agit-il de fragment-échantillon, de fragment-vestige d'un ensemble détruit, d'un fragment prélevé sur un ensemble...?, s'agit-il d'un "ensemble"? ou d'un "ensemble-fragment-d'un ensemble" comme par exemple une prédelle qui a été extraite de son contexte d'origine qui est un rétable, lui-même extrait de l'ensemble plus global que constitue la chapelle ou l'église, qui était le véritable contexte initial dont il a été extrait.

Autres questions: s'agit-il d'*unica*? avec ce que cela comporte de connotation: ce qui est unique est "sans prix", ce qui relève de la notion de trésor ou de curiosité...

Ou s'agit-il de *típica*? un *típica* qui est *représentatif* ou *caractéristique* d'une *catégorie*.

Il est alors interchangeable —ce qui ne veut pas dire sans valeur ou sans intérêt—! Mais pour être un *típica* pour le visiteur, cela implique que la catégorie à laquelle il appartient soit déjà connue par le visiteur et qu'il soit ainsi reconnu, en tant que tel, comme une "illustration" bien intégrée dans le discours de l'exposition...

Il reste ensuite à définir par quelle scénographie, par quelles précisions écrites "signifier" cela, afin que le visiteur, s'il est non initié ou peu informé, puisse comprendre.

2) Un deuxième niveau: celui des substituts

Quand il ne s'agit pas d'originaux, d'authentiques, il s'agit de *substituts* qui ont pour fonction d'assurer une *présence* de l'objet authentique qui, lui, est *absent* et qu'il faut donc *représenter*...!

S'agit-il alors de copie? ou de fac-simile? ou de réplique, ou de reproduction ou de maquette? —à quelle échelle?— ou de photographie de l'objet original ou d'un fragment de l'original in situ et dans son contexte? s'agit-il de croquis, de dessin? de schéma? d'image de synthèse...? quels rôles leur fait-on jouer? Quelles est leur fonction? Quelle est leur utilisation? (et leur utilité pour le visiteur?).

La présence du substitut a-t-elle pour fonction de simplement "représenter un objet absent" ou bien de signifier un contexte absent?

Le substitut est-il seulement une représentation? ou une citation du contexte, avec fonction

de permettre au visiteur de situer l'objet dans le temps et l'espace d'origine?

Le substitut est-il là pour proposer une explication? par exemple pour expliquer un fonctionnement ou un mode d'utilisation? Le substitut est-il là pour permettre d'établir une comparaison?

En proposant une réponse à ces questions on est déjà dans un *dispositif d'interprétation* que propose le réalisateur de l'exposition. C'est un *dispositif d'orientation de l'interprétation* que doit opérer le visiteur pour comprendre le message qui lui est adressé.

Nous retrouvons la logique communicationnelle, plus ou moins entremêlée, parfois, avec la dimension symbolique, au risque de la confusion...

QUELQUES REMARQUES

La décision et le choix de présenter des originaux ou des substituts n'est pas sans importance car ils ne portent pas la même charge émotionnelle. Ils n'ont pas la même "épaisseur-temps" si importante en Occident! En tenant compte que l'enjeu n'est pas toujours de même nature pour une exposition de type Beaux-Arts que pour une exposition à contenu ethnographique ou à contenu technique...

Pour une exposition scientifique, utiliser des maquettes pour expliquer un fonctionnement relève d'une stratégie didactique, alors que la présentation d'une "vraie" machine, authentique, décontextualisée et datée, devient vestige d'une

époque, objet témoin pour les historiens des sciences, support de mémoire et pièce de collection.

DEUX AUTRES CATEGORIES D'EXPÔTS

Il faut également distinguer deux autres catégories d'expôts:

Une première catégorie d'expôts dont la fonction initiale était l'ostentation, "*donnés à voir*", avec un rôle décoratif, une fonction-signe, une fonction symbolique ou emblématique, avec une fonction de célébration ou de propagande, par exemple dans un palais princier ou dans un Palais d'Etat. Dans une église, au-delà du décor, oeuvres d'art ou objet servaient également de support de à la méditation ou à la prière.

On rangera donc dans cette catégorie les oeuvres d'art, les objets d'art, car *l'oeuvre plastique* –qu'elle soit peinture, sculpture, photographie, gravure ou installation–, est toujours destinée à être vue, à être regardée, contemplée, comme oeuvre autonome (même si elle participe à un décor). Mais l'oeuvre d'art a été faite, à une époque donnée, pour être regardée, contemplée dans un contexte initial, bien particulier, contexte que le musée ou la mise en exposition efface trop souvent ou transforme au point d'en changer parfois la signification.

On pourrait également faire figurer dans cette catégorie, les *artefacts* destinés à être donnés à voir dans une pratique d'enseignement. On peut prendre comme exemple les anatomies en cire, les "écorchés", les "coupes", artefacts qui étaient

autrefois utilisés pour instruire les futurs médecins ou chirurgiens, artefacts que l'on peut encore voir dans les musées historiques d'anatomie, comme celui de Torino, par exemple.

On pourrait encore inclure dans cette catégorie les divers types de maquettes.

Nous distinguerons ensuite une seconde catégorie avec les expôts dont la fonction initiale était avant tout *utilitaire* et *non décorative*: les outils, les machines...mais aussi les documents d'archive, écrits ou iconographiques non initialement destinés à la muséographie. Ils avaient une valeur d'usage. Lorsque ces objets ou documents deviennent des expôts dans la mise en exposition, il se retrouvent dans un nouveau contexte qui est fort éloigné de leur contexte initial. Il y a une rupture radicale dans leur identité. Ces objets ont connu un passage de l'usage à l'obsolescence, de l'utile à l'inutile. Puis ils sont devenus "exposables", "muséifiable". Ils sont invités à tenir un rôle de témoin-témoignage d'un autre temps et d'un autre lieu qui sera toujours difficile à "traduire", à interpréter...

Cette catégorie d'objets ou de documents qui est *aujourd'hui* exposée était réalisée pour être utilisée avec une fonction bien précise, dans un contexte initial bien spécifique.

Dans l'exposition, l'objet est proposé au regard, mais *le donner à voir*, le rendre visible ne rend pas pour autant évident, compréhensible ce que l'on veut lui faire dire, ce que l'on voudrait qu'il dise au visiteur. Il est *là*, silencieux, immobile. Dans l'exposition il est devenu hors du temps, hors durée. La différence avec le spectacle est radicale.

Museo

La exposición temporal como medio de comunicación

Et l'objet n'est généralement pas présenté dans ses états successifs. L'objet a toujours une histoire que le seul regard porté sur lui ne peut révéler... Il a été imaginé, conçu, fabriqué, produit, diffusé, commercialisé, acquis, intégré dans un usage social, utilisé avant de devenir obsolète... et de devenir "*musealia*", objet-signe, objet-mémoire, objet-archive matérielle, objet de musée... plus ou moins fétichiste, support d'une sorte de culte des morts, d'un ensemble socio-culturel disparu, évocation, référence, l'équivalent d'une citation qui serait matérialisée.

Dans l'espace public qu'est l'exposition, il peut également prêter à contre-sens par la présentation esthétique qui le fera regarder comme *objet-gadget* –que le visiteur se verrait bien intégrer dans son décor intérieur, dans son espace privé pour "faire chic", "faire authentique", ou pour créer un effet exotique (*l'exotisme de l'autrefois* en parallèle avec *l'exotisme de l'ailleurs*, de "*l'autre*", de "*l'autrement*")–.

Il y a alors confusion de rôle entre l'exposition culturelle/documentaire et l'exposition commerciale que propose l'antiquaire...

Il peut y avoir contradiction dans la mise en relation entre les expôts. La juxtaposition peut être créatrice de signification ou, au contraire de brouillage. Chaque expôt a son autonomie, plus ou moins mise en valeur par la scénographie.

L'EXPOT SOUS LE REGARD DU VISITEUR, L'EXPOT LIVRE A L'INTERPRETATION DU VISITEUR

Mettre les objets dans un contexte permettant aux visiteurs de faire immédiatement des

liens entre les objets exposés et leurs propres expériences et leurs façons de vivre, aujourd'hui, comme le proposait Duncan Cameron n'est pas sans risque de confusions ou de contre-sens. Nous pouvons donner des exemples de contre-sens, avec, par exemple celui des fillettes prenant des masques africains pour des masques d'Halloween, ou celui des enfants visitant le musée des Arts et Traditions Populaires, à Paris, et voyant le héros du feuilleton télévisé *le cavalier invisible* dans la scénographie que proposait Georges Henri Rivière pour présenter les vêtements et les instruments du gardian de Camargue, par une reconstitution en posture du cavalier mais sans figuration du physique du personnage.

On ne peut présenter les œuvres, les objets, les documents sans références compréhensibles à leurs origines.

Il y a également risque de renforcer les préjugés plutôt que de les dissiper: c'est fréquent avec l'art moderne ou l'art contemporain ou même avec les arts dits *primitifs*, *arts barbares*.

Il sera toujours difficile de vérifier l'exactitude de la réception, de la compréhension mais il est vrai que l'exposition n'est pas un lieu d'enseignement...

On ne peut ignorer que le visiteur entre dans l'exposition avec un *pré-construit culturel*, pour chaque individu. Il en est de même avec les *pré-acquis* de chacun, ces ensembles de connaissances et d'expériences qui permettent –ou handicapent– la compréhension, perturbent ou parasitent la réception. On ne peut ignorer que l'exposition nécessite des pré-requis. En consé-

quence, il y a nécessité de mettre en place des dispositifs de médiation, pour donner des informations, des "clés", pour permettre l'auto-documentation et orienter l'interprétation.

Sans cela l'exposition peut devenir pour le visiteur un nouveau type de *cabinet de curiosités*, qui ne serait plus aristocratique, qui se serait simplement "démocratisé" et ce serait alors un espace aménagé pour étonner, surprendre... ou ennuyer!

Le rôle que l'on fait jouer aux expôts nous amène à définir deux grandes catégories d'expositions:

- Les expositions présentations d'expôts-mis en parcours,
- Les expositions discours mis en parcours, qui sont en fait, des cours de type universitaire, ou des conférences, ou même des livres *transposés en espace-exposition* pour lesquels les expôts ont fonction *d'illustrations du discours*. Il s'agit alors d'un discours qui est mis en "espace-parcours" au lieu d'être écrit ou oralisé.

1) Les présentations d'expôts-mis en parcours

Ce premier type d'exposition relève de la présentation, plus ou moins esthétisante, d'un ensemble ou d'une collection, plus ou moins homogène, d'oeuvres, d'objets ou de documents, un ensemble qui relève du concept de trésor ou de la monstration de curiosités.

Il y a alors juxtaposition et succession d'objets, avec un aménagement plus ou moins subtil ou mécanique de ces oeuvres, de ces objets, de ces documents, encadrés ou sous vitrine. Il s'agit

d'un simple "donné à voir"... un "degré zéro" de l'exposition, "une sorte de traduction mécanique du catalogue", -que l'on pourrait qualifier de son équivalent "en vrai"

Nous sommes alors, le plus souvent, dans la célébration patrimoniale des objets, ou dans la *passion exposée* du collectionneur, ou dans le désir de monstration de l'artiste, dans ce que l'on croit être *l'évidence du visible*, évidence... qui n'est jamais évidente pour tous...! Car il faut le plus souvent être initié pour voir, pour *savoir voir!*

C'est, le plus souvent la dimension plus ou moins explicite de la *symbolisation* qui renvoie au caractère rituel que comporte toute visite d'exposition. Les objets, les oeuvres sont là, comme des témoins -comme des sémiophores, selon l'expression créée par Krzysztof Pomian- des sémiophores qui renvoient à un ailleurs, à un autrefois, à un monde autre, transcendant, avec effet recherché d'enchantement, d'émerveillement.

Pour le visiteur il peut aussi y avoir incompréhension, et même ennui, effet d'étrangeté ou d'extériorité! Chaque visiteur arrive avec ses pré-acquis, avec son bagage culturel, son "outillage personnel", qui lui permettront ou ne lui permettront pas d'être en contact avec ce qui lui est présenté. Le contexte, le sens, la signification sont, en fait, en grande partie apportés ou *construits par le visiteur lui-même*.

2) Le discours mis en espace, le discours mis en parcours

A l'origine du second type d'exposition, il y a *un discours fondateur* qui motive et légitime la

réalisation de l'exposition, un discours qui, théoriquement, l'organise et la structure.

Il peut y avoir plusieurs types de discours, depuis la simple énumération chronologique (comme l'est l'exposition rétrospective), jusqu'aux discours analytiques, techniques, stylistiques...

On peut comparer cette catégorie d'exposition au travail d'essayiste dans le domaine du livre. On expose alors un thème, une thèse (ou des hypothèses,) ou même des résultats de recherche. Parfois on expose un récit. Le discours est illustré, matérialisé, légitimé par la présentation d' *expôts* c'est à dire d'objets, de documents ou d'oeuvres d'art, ou d'artefacts avec *mise en espace*, avec parcours-déambulation proposé (*imposé?*) aux visiteurs qui sont censés être les récepteurs du message.

C'est l' exposition d'un savoir constitué, l'exposition d'idées visualisées...

Nous sommes alors dans ce que l'on voudrait être *une stratégie de communication*, car il y a désir ou volonté de communiquer, de transmettre des informations, de transmettre un message, avec le concours d'un canal qui visualise, qui illustre les propos du discours.

Le parcours et la scénographie de l'exposition ont là vocation à structurer et organiser la réception effectuée par le visiteur.

On peut citer quelques exemples avec des expositions qui ont eu comme commissaires Jacques Hainard, Jean Clair, Harald Zeeman, ou encore Michel Bodson ou même l'artiste con-

ceptuel Kossuth, avec l'exposition qu'il avait consacré au philosophe Wittgenstein. On pourrait en citer bien d'autres, car il y a une forte tendance actuelle à *faire de l'exposition une œuvre d'auteur*.

Mais avec l'exposition, il n'y a pas, à proprement parler, de transmission mécanique de savoir. Il ne peut y avoir, en fait, qu'une orientation de *l'interprétation opérée par le visiteur lui-même*, à partir de ce qui lui est montré, compte tenu des effets produits sur lui par l'esthétique de la présentation, une esthétique qui peut provoquer des émotions, éveiller des curiosités et des associations d'idées.

Deux grandes catégories d'exposition, donc mais dans tous les cas : un parcours effectué par le visiteur, parcours pendant lequel il est mis en présence des *expôts*, originaux ou substituts d'originaux, parcours pendant lequel il est censé vivre un cheminement personnel, émotif, mental, intellectuel, caractéristique de toute activité culturelle.

Une des grandes caractéristiques sémiotiques du média exposition tient à sa capacité de faire en sorte que les éléments exposés (les "*expôts*") puissent s'interpréter les uns les autres; pour les initiés tout du moins ! Par exemple, par un effet de juxtaposition-enchaînement-par une succession logique ou chronologique, si l'on veut expliquer par exemple une "chaîne ou un processus de production", ou par un effet de proximité si l'on veut permettre la comparaison ou provoquer l'association d'idées, etc.

Mais on ne peut pas se contenter de dire que les seuls *expôts* —et eux seuls— prêtent à inter-

prétation et sont producteurs de sens et d'émotions. Et l'on n'en finit pas de se demander si l'expôt (l'oeuvre d'art, l'objet, le document, l'artefact) est un simple élément du message global, s'il est le support du message ou le message lui-même, ou s'il est les trois à la fois? Et de se demander, quelest le degré d'autonomie de l'expôt dans l'exposition? La réponse que l'on donnera ne sera pas sans conséquences sur les muséographies et les scénographies d'exposition que l'on met en oeuvre.

L'EXPOSITION EST UN MIXTE DE PLUSIEURS TYPES DE LANGAGES

On a déjà dit que l'exposition était un mixte de plusieurs types de langages.

Considérons cela de plus près. Quels sont les éléments autres que les expôts, qui participent à la construction du sens, ou qui sont susceptible de le parasiter? Il y a les expôts et il y a la manière de les exposer: tout l'environnement, tout ce qui accompagne, tout ce que le regard du visiteur perçoit, consciemment ou non, tout ce qui est à l'origine d'émotions, tout ce qui provoque des connotations –souvent imprévisibles, car très subjectives!–

Tout mode de présentation est signifiant, qu'il soit volontaire ou non, discret ou explicite comme dans la réalisation d'un décor ou d'une scénographie se voulant l'évocation ou la reconstitution d'un contexte original, par exemple.

Allestimento "à l'italienne", décor, design, mobilier, matériaux utilisés, couleurs, éclairages ne sont pas uniquement, seulement des écrans, de

simples supports. Ils sont le plus souvent constitutifs du message, *ils sont interprétation du message proposé*, et parfois écran, parasitage, détournement ou dérive esthétisante. L'écran peut devenir carcan ou prothèse, il peut être une scénographie du discours...un discours qui est exprimé, explicité "ailleurs" –dans le catalogue, par exemple...– Ce qui suppose que le visiteur ait déjà lu le catalogue avant de visiter l'exposition. Ce qui n'est pas un cas très fréquent...

Et, en évoquant les écrits du catalogue, nous abordons la fonction de l'écrit dans la pratique de l'exposition où l'écrit est *donné à voir* et est *donné à lire*.

Dans l'exposition, l'écrit doit donc être *visible et lisible*. Ce qui suppose que la présentation doit en être particulièrement soignée. En n'oubliant pas que l'exposition n'est généralement pas prévue pour être un espace de lecture, avec ce que cela suppose comme confort adapté à cette pratique.

L'ECRIT DANS L'EXPOSITION

Plusieurs questions se posent. Les textes, les écrits, présents dans l'exposition, constituent-ils le message explicite de l'exposition? ou traduisent-ils le message que les expôts –qui ne sont pas ventriloques– n'expriment qu'en l'illustrant.

Quel rôle fait-on jouer aux écrits? quelle est leur utilité pour le visiteur? Comment s'opère son utilisation? Que remplace-t-il? Quelle absence (ou quel "vide"), compense-t-il?

Pour répondre rapidement:

L'écrit sert à nommer, à désigner, à qualifier, à décrire, à commenter, à expliquer, à situer dans le temps –(contexte historique)– à situer dans l'espace –(contexte géographique)– à dire l'usage et (éventuellement) le pourquoi de l'abandon de son usage.

L'écrit peut être placé en exergue, et il peut avoir alors, à son tour, une fonction illustrative du fait même de sa valeur poétique ou littéraire, artistique.

L'écrit peut être parfois considéré comme utile ou nécessaire pour permettre une communication de nature abstraite, pour permettre l'expression d'un concept, au delà de la matérialité des expôts présentés.

Mais l'erreur sera toujours de considérer l'exposition comme un livre déployé et affiché sur les murs, comme une manifestation de "type encyclopédie", avec de longs textes, des tableaux chronologiques, des cartes, des schémas, des croquis (tout ce qui relève de la spécificité du livre que l'on consulte), avec des objets comme "supplément-illustré" "en trois dimensions" afin de légitimer l'usage du mot exposition.

En fait, ce sera, encore et toujours, du côté des visiteurs que se jouera la légitimité de la présence de l'écrit.

LES PROBLEMES POSES PAR LES PARCOURS D'EXPOSITIONS

C'est dans le parcours qu'il effectue, visuellement

et *physiquement*, au cours de sa déambulation, libre ou contrainte, que le visiteur re-construit le discours conçu à son intention ou donne, dans une démarche d'autodidacte, une signification personnelle à ce qui lui est proposé... A moins qu'il ne pratique le zapping, selon les habitudes prises devant son poste de télévision, ou la flânerie telle qu'il la vit devant les vitrines des commerçants de la ville. L'exposition comme promenade...

Le parcours est porteur de signification, puisqu'il organise la visite, puisqu'il structure la visibilité et la réception. Le parcours induit un type de comportement et un mode de perception. Le parcours est un "acte de manipulation" du visiteur, manipulation à laquelle il se pliera ou à laquelle il résistera, au risque de ne pas recevoir le message qui lui est destiné...

Parcours initiatique, parcours découverte, parcours-récit, parcours paysage...

Le parcours amène à ressentir, à éprouver, à comprendre, à mémoriser, etc.

Mais le parcours joue plus ou moins subtilement avec les décors et avec la scénographie qui créent les atmosphères et les ambiances qui conditionnent le produit exposition comme décors et scénographies conditionnent le spectacle théâtral, ou, serions-nous tenté de dire, comme l'emballage conditionne le produit commercial proposé au désir de l'acheteur!

Parcours-rue, parcours-labyrinthe, parcours en boucle, parcours en étoile ou en marguerite, parcours-slalom..., on peut tout imaginer du parcours initiatique au parcours métaphorique...

Encore une fois la légitimité du choix sera donnée par les visiteurs: ce sont les visiteurs qui pourront témoigner d'avoir vécu ce que l'on souhaitait qu'ils vivent.

Notre expérience nous conduit à faire quelques remarques: la "mise en parcours" subit parfois les contraintes imposées par l'architecture du lieu (circulations, espaces, volumes, etc.) ce qui peut limiter la créativité du réalisateur. Parfois c'est cette créativité qui est à la base d'une interprétation qui éloigne du propos original et provoque une dérive esthétique modifiant implicitement et fondamentalement le message initial... si toutefois il existe.

Car l'esthétique de la scénographie peut aussi ne servir qu'à masquer... une absence de propos... Mais cette remarque relève du domaine de la critique.

L'EXPOSITION UN MEDIA OU UN MULTI-MEDIA?

Nous avons déjà évoqué cette problématique, car il devient également aujourd'hui nécessaire d'évaluer la pertinence de l'utilisation d'autres médias quand ils se trouvent impliqués dans le media exposition spatial et dans la pratique de la visite.

La présence de plus en plus fréquente de et de dispositifs "inter-actifs" transforment les pratiques de visite. On donne aux dispositifs audiovisuels des fonctions documentaires, ou "d'illustration des illustrations" déjà présentes dans l'exposition, avec un rôle complémentaire à celui attribué aux écrits. On donne aux dispositifs

"inter-actifs" des fonctions de banque de données consultables, ...ou des fonctions ludiques...

Ces dispositifs de médiation qui "pré-existent", qui ont une autonomie de fonctionnement en eux-mêmes, en d'autres espaces, en d'autres lieux, connaissent des pratiques et des habitudes de réception qui se trouvent "transférées" dans les espaces et les pratiques d'exposition. Ce ne sera pas sans conséquences...!

Nous pensons aussi à l'utilisation qui est faite du son, sous diverses formes. Par exemple l'utilisation de *fond sonore*, du son *d'ambiance* ou *d'atmosphère* sonore ou encore l'utilisation de la voix-off, de la parole, et bien entendu, tout ce qui relève du spectacle. Ce qui rompt encore avec les pratiques traditionnelles, individuelles, silencieuses sinon recueillies...

Nous assistons avec ces dispositifs à l'introduction *d'un temps contraint* dans une pratique de visite qui est initialement celle d'un parcours effectué sur une durée que se fixe le visiteur lui-même, (dans le cadre des horaires d'ouverture, bien évidemment).

Si l'aspect spatial demeure, l'aspect "temps pré-défini", qui est propre au discours sonore —qui est propre au spectacle—, se trouve de plus en plus souvent introduit dans le dispositif spatial du parcours d'exposition.

Le media exposition s'en trouve modifié. Est-ce un enrichissement? une dérive? Tout dépend de ce que l'on attend de l'exposition, des objectifs qui lui sont donnés.

LES OBJECTIFS DE L'EXPOSITION

L'Institution –conformément à son identité et à ses fonctions–, a toujours des objectifs, plus ou moins explicites, liés à l'identité du lieu, à sa légitimité, à sa notoriété, à sa réputation, à sa symbolique.

Il y a également les objectifs propres aux émetteurs des messages –concepteurs scientifiques et opérateurs...– qui jouent leur réputation et leur légitimité dans leur champ professionnel.

Mais nous évoquerons seulement ce que nous constatons chez les visiteurs, dans la manière dont ils vivent l'expérience de la visite.

Avant tout, le visiteur recherche et vit des émotions, et la gamme en est étendue...! des plaisirs aux déplaisirs: de l'ordre de l'esthétique –la contemplation ou la délectation–, de l'ordre de la nostalgie, de l'exotisme –l'ailleurs, l'autrefois, l'autrement– ou les émotions des effusions communautaires, de l'identitaire, de la solidarité –jusqu'au rituel–, les sensations de partage (ou de rejet) de la mémoire, de l'Histoire, de l'Idéologie; ou la satisfaction de vivre la confirmation de ses propres valeurs, les plaisirs de la compréhension, de la mémorisation, (ou l'inverse...!) Le visiteur éprouve toute une gamme de sentiments qui s'étend de la satisfaction à la désagréable impression de frustration!

Mais, parfois, ce n'est pas l'exposition en elle-même qui doit être uniquement mise en cause: la fatigue du visiteur et la foule peuvent avoir un effet défavorable sur les émotions ressenties et sur "la bonne réception des messages" que l'exposition est censée communiquer.

La visite d'exposition est un acte individuel qui peut être partagé avec quelqu'un que l'on aime ou dont on apprécie la compagnie, avec quelqu'un que l'on juge agréable ou valorisant ; ce moment partagé pouvant d'ailleurs, à lui seul, provoquer un sentiment de satisfaction.

EN CONCLUSION

Réduire l'exposition à sa dimension de manifestation culturelle, d'événement culturel, d'événement décrété, permet trop souvent de faire l'économie de son analyse en tant que media... mais il faut bien répéter ce que nous avons affirmé en début de texte: aujourd'hui, l'exposition temporaire est devenu un événement présenté comme tel dans les mass-media, dans la presse, à la radio, à la télévision, que ce soit à l'échelle locale ou à l'échelle internationale...

Un événement, aujourd'hui se décrète, se constitue –d'où l'importance du rôle de la communication, au sens médiatique du terme– alors qu'auparavant l'événement était constaté "après", enregistré historiquement.

L'exposition temporaire, par définition, a une durée éphémère; elle nécessite donc une information auprès des publics susceptibles d'être intéressés ou concernés. La "communication" au sens contemporain du terme, est d'autant plus nécessaire que l'exposition est présentée dans un contexte de concurrence importante.

Et cette communication médiatique, promotionnelle, ne doit pas nous faire oublier les fonctions premières de l'exposition en elle-même.