

Quelle exposition, quel média
et pour quel public ?

Serge Chaumier

Exposer : savoirs et pouvoirs

Quelle exposition, quel média et pour quel public ?

Serge Chaumier - Enseignant-Chercheur au CRCMD (Centre de Recherche sur la Culture, les Musées et la Diffusion des savoirs) - Université de Bourgogne.



Il ne faut pas détourner l'attention des visiteurs avec trop de textes ou de vidéos... ».

Dans une lettre de doléances, ainsi s'exprime le président d'une association d'amis d'un écomusée manifestant son opposition au projet de rénovation défendu par le conservateur auprès des collectivités territoriales financeurs. La question des médiations à prévoir dans la future exposition s'avère le nœud d'un problème plus global où ne se jouent pas seulement les pouvoirs de décision, mais les conceptions des uns et des autres envers les fonctions sociales du site. Dépassant le seul cadre de la muséologie, cette problématique intéresse plus largement les prises de parole dans l'espace public, lorsque s'affrontent des professionnels de la médiation et des usagers désireux de s'impliquer au-delà d'un simple rôle de consommateur. Cette question recoupe celle de l'action culturelle, mais aussi de l'implication civique dans tous instruments censés être au service d'une expression publique. Un écart grandissant existe entre ceux qui deviennent des spécialistes, incarnant une rationalisation de la production des discours et ceux qui ont un rapport plus affectif, mais aussi plus militant et politique à la chose publique. Nous nous appuyons ici sur l'analyse des arguments des uns et des autres protagonistes impliqués dans la réno-

vation d'un écomusée ¹. Cette enquête de terrain est symptomatique de conflits assez courants dans le milieu ². Nous avons pu mesurer les décalages existants entre les professionnels de la culture encouragés par leurs partenaires institutionnels d'un côté et les membres fondateurs, bénévoles d'une association de valorisation de la culture locale, de l'autre. Ce sont quelques-unes de ces constatations que nous voudrions exposer ici, témoignant combien l'exposition est génératrice de représentations sociales différentes, et peut s'avérer riche de discours hétérogènes ³.

La *nouvelle muséologie* s'est affirmée, depuis presque trente ans, comme un arrachement à la simple monstration pour prétendre à l'élaboration discursive, dans laquelle l'artefact n'est qu'une bribe d'un propos construit et réfléchi ⁴. Cette dimension communicationnelle de l'exposition s'est affirmée en dépassement d'une tradition jusque-là trop centrée sur les enjeux de conservation, de recherche et *in fine* de présentation des collections ⁵. Il ne s'agit plus pour le musée d'aligner en série des objets, selon les lois de la taxinomie ou de la collectionnisme, mais de se servir de lui pour témoigner et exposer un point de vue ⁶. Le récit conçu alors par le concepteur est élaboré et choisi selon un scénario écrit qui délivre une interprétation sur tel ou tel sujet. La nou-

Serge Chaumier

Quelle exposition, quel média
et pour quel public ?

veauté est moins la présence du récit lui-même qui vient justifier la démarche d'exposition que la reconnaissance explicite d'une prise de parole, que l'objet vient servir et illustrer. Car toute exposition est récit, mais dans la muséologie traditionnelle, le discours demeure implicite, révélateur d'un rapport inconscient des concepteurs au monde matériel, aux sciences, à l'esthétique. La *nouvelle muséologie* assume pleinement l'exposition comme média, par sa volonté affirmée de communiquer du sens⁷.

Signalons que la muséologie inspirée de Georges Henri Rivière était en quelque sorte un état intermédiaire. Elle a permis de proposer un nouveau rapport à l'objet⁸. Celui-ci n'est pas présenté pour lui-même, mais parce qu'il exprime une culture locale, des identités et des savoir-faire traditionnels. Cependant, cette mise en avant de l'objet, témoin par sa mise en contexte, n'est pas sans ambivalence. L'objet est mis en relation avec

un discours qu'il est censé exprimer au mieux. En réalité, le discours ne parle qu'à ceux qui disposent des codes pour le décrypter. Les premières générations de citadins possédaient encore les références pour comprendre et retrouver leurs repères dans l'évocation d'une scène rurale, vécue dans l'enfance ou

mémorisée par des parents. Leurs enfants, en prise avec les ruptures engagées par la modernité, n'ont plus ces points de repère. La scène ne parle plus par elle-même : le visiteur ne dispose plus des codes suffisants pour reconstruire par lui-même le propos. Celui-ci doit être clairement exprimé. Une troisième révolution muséologique, incarnée par la *nouvelle muséologie*, conduit donc à se servir de l'objet pour illustrer un discours construit préalablement.

Dans le cas de conflit étudié, la divergence réside, entre autres, dans ce recours assumé au récit. La *nouvelle muséologie*, référence des professionnels, s'oppose à une première conception plus classique, défendue par les bénévoles, où l'objet se suffit. Si l'exposition est, dans les deux cas de figure, un moyen de communication, celle-ci ne se situe pas au même niveau, avec les mêmes locuteurs et les mêmes enjeux. Si l'exposition

parle toujours malgré elle, trahissant les conceptions du monde des concepteurs, il s'agit pour les uns de revendiquer une parole à partir des objets, alors que les autres entendent laisser les objets parler par eux-mêmes. Ces approches ne donnent ni le même type d'exposition, ni le même propos.

Concrètement, des vues diamétralement opposées s'expriment en ce qui concerne les orientations muséographiques. Les idéaux des professionnels se confrontent à ceux des bénévoles. Ces derniers, attachés aux objets, redoutent que les professionnels ne les mettent au second plan, les retirent des espaces d'exposition, ou les fassent disparaître derrière des médiations. Craintes particulièrement fondées car, pour les professionnels, l'objet ne saurait s'autosuffire. C'est effectivement un discours de fond, qui doit être tenu. Pour ceux-ci, l'artefact, qu'il soit constitué d'un objet de collection, d'une iconographie, d'une *manip* interactive ou d'un dispositif

audiovisuel, sert avant tout à exprimer une idée, à faire passer un message. Résolument engagés dans la *nouvelle muséologie*, les professionnels ne sauraient consacrer l'objet pour lui-même, fut-il d'une immense valeur. L'objet est porteur d'un réseau de significations. Celui-ci ne vaut que

parce qu'il a des choses à exprimer d'une situation sociale, d'un territoire, d'une époque, d'un savoir-faire. Bref, c'est dans une visée anthropologique que les collections sont appréhendées. Il y a donc lieu de ne présenter que les objets nécessaires aux discours que l'on entend tenir, pour ne pas surcharger ou interférer et parasiter les messages. Il n'est donc pas question d'exposer des séries d'objets de même nature. Pas davantage de se complaire à présenter des objets dont la rigueur scientifique n'est pas attestée. Si le bénévole se sert également de l'objet pour raconter une histoire, celle-ci demeure le plus souvent implicite. L'objet, auto-suffisant, est souvent empreint d'une dimension affective et d'une esthétique nostalgique, alors que la vision du même artefact est différente pour le professionnel⁹. Celui-ci ne l'appréhende que dans la mesure où il est signifiant vis-à-vis d'un contexte et d'une narration glo-



Un écomusée de machines agricoles

Quelle exposition, quel média et pour quel public ?

Serge Chaumier

bale. Un récit est établi préalablement qui transcende l'objet en lui-même. Dès lors, les intérêts des uns et des autres ne sont pas convergents.

Prenant acte de l'écart de conceptions et de représentations, le fondateur, qui se sent dépossédé par les nouveaux venus, est catégorique et marque sa volonté de départager les espaces réalisés par les bénévoles et ceux qui seront proposés par les professionnels :

« - Donc, au niveau de la conception, vous voulez que ça reste comme c'est actuellement ?

- C'est ça, oui.

- Et le conservateur voudrait enlever des objets ?

- Oui, les chambres à coucher, il veut les vider complètement (éccœuré). Les gens aiment bien voir ça, les chambres à coucher, comme ça. Avant, c'était comme ça...

- Et pourquoi il veut les enlever ?

- Il veut faire des expositions sur des thèmes différents : l'homme et l'arbre et des thèmes différents... Bon, qu'il les fasse s'il veut, mais qu'il les fasse ailleurs. Mais pas dans la maison ».

Dans l'écomusée actuel, les collections sont mises en valeur avec le parti pris de replacer l'objet dans un contexte lié directement à sa fonction ou son usage. Bien que les collections soient disparates et aucune-ment liées historiquement au site, le principe de mise en situation et de reconstitution préside. Le vaisselier regorge d'assiettes et de plats de fabrication locale ou environnante ; les armoires sont garnies de trousseaux et de draps et le bureau accueille la lampe, le presse-papiers et l'agrafeuse ancienne. La richesse des collections, leur enrichissement continu, et l'absence de véritable réserve contribuent à créer une atmosphère pléthorique où les objets s'accumulent donnant une perception d'abondance et de richesse, ou de bric-à-brac, suivant le point de vue muséographique. On peut remarquer que le mode de présentation est original en cela qu'il situe l'objet dans un environnement, mais en refusant de lui faire jouer un rôle anecdotique de décor dans une mise en scène. Le fondateur et concepteur du musée refuse catégoriquement d'utiliser des mannequins, procédé souvent rencontré dans les musées d'Arts et Traditions Populaires. En avouant ne pas aimer cela, il révèle surtout son désir de proposer un lieu qui ne soit pas figé,

auquel il associe l'idée de musée, mais qui semble vivant et encore en activité.

« - Je me posais la question en le visitant, car dans beaucoup d'écomusées ou de lieux comme chez vous, on utilise des mannequins pour mettre des situations...

Je me suis demandé quelle était votre position par rapport à ça ?

- Je n'aime pas beaucoup ça ! (rires)

- Ça ne vous paraît pas recréer...

- Quand les gens visitent, ils s'arrêtent, ils pensent que la maison est habitée, des fois ils nous le demandent, souvent, très souvent...

- Ah, bon ?

- Ah, oui comme dans les chambres à coucher...

- Ah, oui... mais en même temps il y a quand même beaucoup d'objets...

- Chaque objet est à sa place comme si la maison était habitée...

- On pourrait donc le croire... C'est un peu un trompe-l'œil, une illusion, comme si elle était habitée... ?

- Oui, c'est ça.

- Et s'il y avait des mannequins, ça la figerait...

- Oui, c'est ça. Ça ferait musée, ça serait plus naturel ! Des mannequins, non ! » (E2).

L'intention des fondateurs est de donner à penser que le visiteur fait un voyage dans le temps et qu'il pénètre dans une maison réellement habitée. L'idée est de faire « comme si on rentrait chez quelqu'un » et de pouvoir y découvrir un intérieur.

« - Oui, c'est meublé comme si c'était habité. À la grange, c'est comme si les vaches devaient rentrer du pré...

- Oui, alors que si on voit des mannequins et des panneaux d'exposition...

- On sait que l'on est dans un musée, dans un lieu figé ! » (E2).

Les professionnels entendent, pour leur part, appréhender explicitement le lieu comme un espace de musée. Dès lors, la question des médiations devient centrale dans le conflit. Des panneaux de textes ou des vidéos transformeraient inévitablement le lieu en musée alors qu'un guide permet de ne pas en compromettre l'aspect « naturel ». Pour cette raison, l'association demeure attachée au principe de la visite guidée, qui ne « dénature »

Serge Chaumier

Quelle exposition, quel média
et pour quel public ?

pas le lieu ¹⁰. Mais c'est aussi que l'on n'envisage pas la relation au visiteur de la même façon et que les uns et les autres ne s'adressent peut-être pas au même visiteur. « Le conservateur, lui, ce qu'il voit, c'est beaucoup de panneaux dans notre musée pour pouvoir faire des visites libres. C'est bien la visite libre, mais vous savez, vous recevez des écoles, il faut quand même un guide. Vous recevez du troisième âge, ils aiment les guides... Moi, personnellement, quand je vais dans un musée, j'aime autant avoir affaire à quelqu'un pour pouvoir poser une question, demander, écouter. Parce que des fois, on a affaire à une personne qui connaît son truc, donc on en apprend beaucoup plus que de lire des panneaux » (E1). Durant les visites qu'ils conduisent occasionnellement, les bénévoles peuvent valoriser leur connaissance et surtout être le principe même de la relation sociale. Si l'objet est *support de discours* chez le professionnel, il est *prétexte à discours* chez le bénévole. Nous avons été frappé, durant la visite guidée de constater à quel point l'objet sert à faire de bons mots. Au contraire, le professionnel vise à une visite plus autonome et individualisée. Les professionnels entendent substituer aux visites obligatoires en groupe, des médiations présentes en salle. Ils ne sont pas opposés par principe à la visite de groupe, mais ils n'en font pas une médiation obligatoire. Elle serait disponible, sur demande, pour les groupes constitués. Quel que soit son support, le discours délivré par les professionnels sera composé par leurs soins et viendra remplacer les propos des guides, suspects d'être trop peu rigoureux et de céder à une nostalgie passiste ¹¹. Des supports fixes offrent la garantie d'un discours stable.

Or, la prise de parole par le visiteur n'est pas la même lors d'une visite collective et à l'intérieur d'un musée conçu par le professionnel où la visite est libre. Dans les deux cas de figure, l'institution muséale détient la place du savoir, car elle développe par essence une parole d'autorité. Toutefois, si le discours réglé des guides entonne un refrain qui assène des « vérités » aux visiteurs, ceux-ci peuvent paradoxalement prendre la parole pour en discuter les certitudes. Au contraire, dans les

musées professionnels, le discours est délivré sans écho possible. Certes, les médiations conçues par les professionnels proposent une démarche de questionnement, des relativisations sont proposées et soumises aux jugements des visiteurs. Cependant, cette mise en interrogation demeure sans échange entre les parties, car les propos ne peuvent faire l'objet de dialogue. Une barrière demeure érigée entre les propos figés dans les supports de médiation tenus par les concepteurs, et la réception qu'en ont les visiteurs. Ainsi, le discours du maître est d'autant plus irréfutable qu'il ne possède pas d'oreilles. Les visiteurs pourront toujours hasarder quelques réflexions, personne ne sera à leur écoute. Tout au plus un livre d'or permettra à certains de s'exprimer, lieu réservé pour adresser le plus souvent des éloges. Aucune façon de personnaliser sa visite en exprimant

publiquement une expérience, en relatant une anecdote ou en construisant une intimité collective ne s'avère possible.

Si la visite guidée relève du média chaud, l'exposition où le visiteur est autonome, placé devant des cartels, des écrans et des artefacts est à coup

sûr un média froid. Les capacités d'investissement, de projection et d'identification dans l'un et l'autre ne sont pas sans départager les publics. La visite individuelle suppose une introspection qui réserve ses considérations intellectuelles et ses réflexions aux proches. Si le contenu scientifique est mieux établi, la visite s'adresse davantage aux habitués des musées. Même les visites-conférences canalisent et limitent la parole des participants dans des créneaux bien définis. La prise de parole est moins certaine et autorisée dans les musées institutionnels (comme lors d'une visite-conférence dans un musée des Beaux-Arts), que lors d'une visite de groupe dans un petit musée technique. Il y a donc *participation du visiteur dans un cas et imposition dans l'autre*, même si on peut avoir alors recours à des interactifs pour impliquer le visiteur et solliciter son opinion. L'association n'est donc pas infondée à craindre un changement de public. Cela peut paraître étonnant que le visiteur soit pris en otage pour défendre une conception aussi



Les alambics à kirsch
de l'écomusée de Fougerolles

Quelle exposition, quel média et pour quel public ?

Serge Chaumier

archaïque du musée, mais elle est, pour eux, susceptible de plaire davantage à ceux qui vont peu au musée.

Les professionnels font le raisonnement inverse : la visite assurée actuellement par des guides mal formés leur semble rébarbative et peu propice à soulever les curiosités du public. Elle paraît même dangereuse tant elle est susceptible de dériver selon les compétences fluctuantes des personnels saisonniers. La volonté de maîtrise du discours exprime aussi un souci de crédibilité de l'institution. Aussi envisagent-ils de recourir à des textes, mais aussi et surtout à des moyens audiovisuels et scénographiques pour dispenser un contenu théorique. Le conservateur envisage donc des mises en scènes dans lesquelles ne se reconnaissent pas les bénévoles. Sur ce principe aussi, le président de l'association conteste l'intérêt des nouvelles technologies de l'information-communication (NTIC). Pour lui, les visiteurs viennent pour les animations réelles qu'il oppose aux moyens virtuels. Ce qui est idéalisé par les professionnels fait l'objet ici de critique. Inutile de recourir à de gros moyens muséographiques, à des recherches savantes pour élaborer des textes inscrits sur des supports toujours plus *design* : l'idéal de musée est autre. Or, qu'est-ce qui nous certifie que ce bénévole a tort ? Après tout, ce n'est peut-être pas un hasard si les classes populaires vont davantage dans les musées qui ne sont guère ou tout juste reconnus comme tels par la Direction des Musées de France. L'exposition par ses orientations médiatiques sélectionne ses publics ¹².

Notes :

¹ Cet article rend compte d'une des dimensions explorées dans Serge Chaumier, *Des Musées en quête d'identité. Ecomusée / Technomusée*. Paris : L'Harmattan, 2003.

² Nous ne précisons pas le lieu sur lequel nous avons enquêté, conservant l'anonymat de nos informateurs, mais nous avons pu constater que de nombreux témoignages sont venus appuyer et confirmer que le même type de conflits s'expriment ailleurs sur le territoire.

³ Dans un autre contexte, les conflits analysés par Octave Debary ne sont pas sans analogies, *La Fin du Creusot, ou l'art d'accueillir les restes*, Éditions du Comité des Travaux historiques et scientifiques, 2002.

⁴ Jacques Hainard, « La Muséologie comme rupture », in André Desvallées, sous la dir., *Vagues, une anthologie de la nouvelle muséologie*, W et MNES, 2 vol., 1992/1994.

⁵ Voir aussi François Mairesse, *Le Musée. Temple spectaculaire*, Lyon : PUL, 2003.

⁶ André Desvallées, « Un point sur la nouvelle muséologie ». *Musées* (Société des musées québécois), (Dossier «Nouvelle muséologie»), Vol.13, N°4, décembre 1991, pp.7-13.

⁷ Jean Davallon, *L'Exposition à l'œuvre. Stratégie de communication et médiation symbolique*, Paris : L'Harmattan, 1999.

⁸ Nina Gorgus, *Le Magicien des vitrines*, Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2003.

⁹ Voir aussi Thierry Bonnot, *La Vie des objets, Mission du Patrimoine Ethnologique*, Paris : Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 2002.

¹⁰ Il est remarquable que l'argument contestant la médiation au nom de la « pollution » supposée de l'objet exposé, et ici de la perception du lieu, soit finalement le même qui a longtemps servi à écarter les aides à la visite dans les musées de beaux-arts et qui est encore largement convoqué dans les musées d'art contemporain.

¹¹ Voir sur la question de l'instrumentalisation nostalgique : Jean-Pierre Cotton, « L'Identitaire, notion conflictuelle et ambiguë », in *L'ARA*, 1998, n°43, pp.32-33.

¹² On pourra comparer les publics reçus par diverses institutions dans : Lucien Mironer, *Cent musées à la conquête du public*, RMN.