

Entre-Médias : liaisons et dé liaisons

Les expositions, une technologie de l'immersion

Florence Belaën - Chercheur associé au CRCMD
(Centre de Recherche sur la Culture, les Musées et la Diffusion des savoirs) - Université de Bourgogne

Les grandes expositions temporaires « sont devenues des objets culturels autonomes ¹ ». Ainsi les musées d'art, de sciences et techniques, de société valorisent-ils parfois bien plus leur programmation d'expositions temporaires que leurs collections permanentes. Aller voir une exposition n'est pas conditionné par le fait de fréquenter tel ou tel musée : on va voir une exposition comme on va voir une pièce de théâtre, un film, un spectacle. Les visiteurs sont assimilés à des pratiquants culturels et « non plus comme une réunion de connaisseurs ou un public à éduquer ² ».

Le musée est aujourd'hui considéré comme un média ³. C'est un espace physique qui organise des relations entre des visiteurs et des objets, mais aussi un espace social qui régule des rapports entre différents acteurs : conservateurs ou muséologues (les « gens de musées »), graphistes et scénographes indépendants, publics, etc. Comme tout média, l'exposition a sa technologie, qui organise et matérialise un modèle de communication.

Depuis les années 70, le rapprochement du musée avec les autres formes culturelles s'est accompagné d'un développement de savoir-faire concernant l'agencement spatial des objets à exposer, la mise en forme d'un discours, et la prise en compte du parcours des visiteurs. Le théâtre a pu inspirer ces techniques de spatialisation comme en témoigne la réalisation de certaines exposi-

tions temporaires ⁴ qui, par leur aspect spectaculaire et l'organisation de leurs équipes de conception, ont marqué la muséologie. Les expositions ont ainsi opté pour une spectacularisation et une dramatisation de leurs propos. Mais, plus récemment, ils ont également rejoint le monde des médias de l'illusion.

L'entrée des techniques d'immersion

Depuis quelques années, de nouvelles présentations d'expositions, basées sur le principe de l'immersion du visiteur, ont vu le jour. Le développement de cette muséographie immersive est en définitive sous-tendu par deux mouvements convergents en muséologie. En premier lieu, le développement des expositions centrées non pas sur la présentation de collections ou d'œuvres, mais de discours thématiques (en particulier dans les musées de sciences et les musées de société) a fortement accru l'exigence d'une muséographie interactive et expressive qui implique physiquement le visiteur (manipulations didactiques, reconstitutions d'environnements, dioramas, etc.). Les technologies informatiques numériques ont été utilisées à cette fin, particulièrement dans les musées de sciences, où elles constituaient dans les années 80 tout à la fois des supports et des objets présentés pour eux-mêmes, pendant toute la phase où de telles techniques

n'étaient guère répandues dans la sphère domestique et sur le marché.

Cependant les nouvelles technologies de loisir comme les jeux vidéo, les CD-Roms ont eu un effet de banalisation sur ces formes de présentation. Faire marcher des ordinateurs ne constitue certes plus une motivation en soi pour aller dans des expositions à caractère scientifique et technique, et on assiste à une volonté de sophistication croissante des dispositifs muséographiques interactifs pour compenser la banalisation des objets techniques dérivés de la micro-informatique domestique.

En second lieu, la volonté de faire des expositions des événements culturels et médiatiques a conduit, certains musées à renouveler leurs techniques muséographiques en s'inspirant des attentes expérientielles repérées dans les autres formes médiatiques comme la recherche d'émotions, de sensations fortes, de dépaysement, d'agitation affective, de vibrations etc. Forts du constat que « le *sensation-seekers*, chercheur de

sensation, est le héros de notre temps ⁵ », les expositions ont alors tenté d'attirer ce « cogito émotionnel » en proposant des expositions qui procurent des expériences fortes, globales, envoûtantes, mémorables. Comme l'indique très justement Raymond Montpetit, les musées sont allés dans le sens de « la sensibilité contemporaine à l'environnement et à la globalité, l'habitude aussi de consommer des grands reportages, comme ceux que présentent les périodiques, la télévision et le cinéma, avec leurs documentaires et leurs "docudrames" ⁶ ».

Pour répondre à cette soif d'émotion, certaines institutions muséales ont opté pour une technique de séduction largement éprouvée par les parcs d'attraction et les jeux vidéo : la technique de l'immersion. Le principe de cette médiatisation et par conséquent du mode de médiation proposé, n'est plus de placer le visiteur à distance de la représentation mais de le plonger au cœur même de celle-ci afin qu'il en éprouve directement le propos, jusqu'à parfois constituer l'expérience elle-même

comme « propos ». Dans leur réalisation, les expositions d'immersion ⁷ *intègrent* le visiteur dans la (re)construction d'un univers de référence en rapport avec la thématique, c'est-à-dire la matérialisation d'un espace-temps qui est au cœur du sujet exposé. La particularité de ces propositions expographiques est que le visiteur se trouve au cœur du dispositif et en devient l'acteur principal. L'enjeu n'est plus de montrer ou de transmettre mais d'atteindre le sujet par « immersion », ce qui se traduit « par une diminution de la distance critique pour ce qui est montré et une augmentation de l'investissement émotionnel de la situation ⁸ ». L'effet d'immersion se traduit par une absorption mentale du sujet qui le conduit

d'un état mental à un autre, le sentiment d'être dans « un temps et un lieu particuliers ⁹ ». Si l'immersion est associée à des technologies récentes de l'illusion et du spectacle qui ont donné corps à la catégorie d'« exposition immersive » dans le vocabulaire des muséologues, la démarche n'est pas nécessairement associée à une

technologie. Elle a largement été mise à l'œuvre dans les parcs d'attraction dont le principe repose avant tout sur cette idée de donner l'impression au visiteur de déambuler dans un monde à part, loin des soucis du quotidien. Pour augmenter l'illusion, ce dernier se trouve plongé dans des univers reconstruits selon une logique de représentation globale, c'est-à-dire dans leur intégralité et dans les moindres détails. Ces environnements produisent un effet d'enchantement chez les visiteurs. Les jeux vidéo fonctionnent également sur ce principe de l'artificiel et de la simulation. Précisons que dans ce cas, la prouesse technique ne repose pas seulement sur des mises en scènes spectaculaires, mais sur le fait que le joueur devient *acteur* dans un monde qui lui est donné à explorer. Le sentiment d'immersion est créé par un système « d'hybridation intime entre le corps même du spectateur-acteur et l'espace virtuel dans lequel il est immergé ¹⁰ ». La modification en temps-réel de l'environnement par des actions du joueur constitue le principal



Cité des sciences
©CSI/Michel Lamoureux

Les expositions,
une technologie de l'immersion

Florence Belaën

attrait de ces formes de loisir. Le cinéma, notamment avec l'arrivée du cinéma immersif¹¹, a également vu ses procédés évoluer vers une recherche d'expérience globale et englobante pour le spectateur. Le rapport entre l'image et le spectateur a évolué dans le sens « à faire *entrer* plus ou moins littéralement le second dans la première¹² ». Dans le cinéma « augmenté », le spectateur devient réellement acteur et protagoniste du fil narrateur.

Concernant les musées, une variété de dispositifs d'immersion se côtoie, allant d'une forme « classique » comme les reconstitutions aux dispositifs high-tech comme les CAVE ou SAS-Cube¹³. Précisons néanmoins que ce désir de transporter le visiteur dans un « ailleurs » a toujours contribué au mythe des musées¹⁴. Ces nouvelles techniques qui consistent à englober le visiteur dans une représentation poursuivent, en partie, l'effet recherché dans la muséographie analogique illustrée par le diorama, le *streetscape*, le panorama etc. Ce dernier, en plongeant le visiteur au cœur d'une reproduction sur 360°, constitue en définitive un des premiers dispositifs d'immersion.

Mais la reconnaissance du nouveau genre culturel « les installations immersives » illustre un changement de paradigme dans les musées qui s'aligne ainsi sur celui des installations artistiques : le visiteur est invité à pénétrer le lieu et à ouvrir les canaux sensoriels et sa sensibilité pour saisir le message. Après le cinéma postmoderne, le musée postmoderne¹⁵ ?

Spécificité
du média exposition

Bien que les musées reprennent à leur compte les techniques de l'immersion, leur proposition reste à part dans le champ médiatique, du fait de la spécificité même du média exposition. Cette spécificité est liée à l'idée

d'« un dispositif autour du corps du visiteur »¹⁶ selon l'expression de l'architecte Ruedi Bauer, que nous souhaitons aborder ici en quatre points.

Dans un premier temps, la particularité du média exposition apparaît dans sa matérialité. Grandeur nature, la représentation englobe *physiquement* le visiteur. En effet ce dernier ne se retrouve pas *face* à une représentation comme au théâtre ou au cinéma, mais déambule au *cœur* d'une construction dont il va lui-même articuler le sens. Bien plus, à la différence des autres formes médiatiques évoquées plus haut, l'accès au monde diégétique ne se réalise pas seule-

ment par un système de narration et d'identification, il est stimulé par un parcours physique et intellectuel. Le visiteur est l'auteur du montage qu'il réalise à partir des « successions d'images », pour reprendre l'expression de

Raymond Montpetit, qui participent à la construction de la visite. Bien que le dispositif canalise la découverte, les interprétations restent multiples.

Le deuxième point renvoie également à l'expérience de visite. Le recours à un dispositif d'immersion permet, comme nous l'indiquons plus haut, de créer chez le visiteur le sentiment d'« être dans un temps et un lieu particuliers ». Cette recherche d'une « expérience particulière » renforce le caractère spatio-temporel de la visite. En d'autres termes, l'effet d'immersion est directement associé au

temps et au déplacement de la visite : « être là à ce moment-là ». La visite se manifeste par une suspension du temps et de l'espace, fortement associée à la découverte de l'espace synthétique de l'exposition.

Dans un troisième temps, la participation du visiteur à une exposition d'immersion diffère dans l'implication de l'utilisateur du média. L'intégration du corps du visiteur dans le dispositif modifie le statut de ce dernier : de l'utilisateur-sujet, il passe à l'utilisateur-objet. Par exemple, dans une exposition qui proposait la construction d'une ville du



Cité des sciences
©CSI/Jean-Pierre Attal



Cité des sciences
©CSI/Jean-Pierre Attal

Florence Belaën

Les expositions,
une technologie de l'immersion

futur¹⁷, la présence du visiteur augmentait la pertinence de cette construction. En effet, quand le visiteur se fond dans la représentation grandeur nature d'un univers de référence, sa présence fait de lui un élément qui contribue à la cohérence de la représentation : du statut d'observateur, le visiteur passe à celui d'acteur (malgré lui !). Finalement, la particularité du média exposition comparée aux autres productions finies est justement dans ce qui échappe à son créateur : l'ambiance. Cette dimension expographique révèle la vie de l'exposition et témoigne de la présence des autres visiteurs. Des études de public démontrent que sa perception imprègne le visiteur, influence sa posture et son état d'esprit. Malgré son influence certaine chez les visiteurs, cette dimension reste pourtant incontrôlable et difficilement traduisible. Cette entrée des techniques de l'immersion dans le monde des musées représente un champ, du point de vue heuristique, très riche en questionnements. Du point de vue des visiteurs, des études¹⁸ ont remis en question le caractère immédiat d'un effet d'immersion dans ces dispositifs et mettent en avant le système de codification qui se cache derrière ces réactions annoncées comme spontanées. Bien plus, la question de la durée et de l'apport de ce genre d'expérience reste à élucider. Mais au-delà des effets produits ou non chez les visiteurs, l'alignement des musées sur les autres formes médiatiques nous invite à nous poser deux questions qui nous apparaissent comme cruciales pour l'avenir de ces derniers. Déjà on peut se demander si le musée, à force de vouloir s'aligner sur les autres propositions culturelles, n'est pas en train de voir disparaître sa spécificité : partager la culture sans jouer du sensationnalisme.

Et enfin est-ce que le dispositif expographique est en mesure de concurrencer les autres objets culturels sur ces prouesses technologiques, sachant que le développement des technologies est exponentiel au regard du temps de la réalisation d'une exposition ? En d'autres termes, le musée est-il en train d'adapter son fonctionnement et sa temporalité à ceux des marchés multimédia ? Certaines institutions se posent déjà la question¹⁹.

Notes :

¹ Davallon J., 2002, « Le développement des expositions et ses effets sur les usages des musées », Colloque *Le(s) Public(s), Politiques publiques et équipements culturels*. Paris : Musée du Louvre, 27, 28 et 29 Novembre 2003.

² Idem ; *ibidem*.

³ Davallon J., 1992, « Le musée est-il vraiment un média ? », *Publics & Musées* 2, p. 99-124.

⁴ Comme Cité-cinés (Parc de la Villette, 1988), *Les immatériaux* (Centre Pompidou, 1985), *Mémoires d'Égypte* (Bibliothèque nationale, 1990), *Le jardin planétaire* (Parc de la Villette, 1999-2000), etc.

⁵ Lacroix M., 2001, *Le culte de l'émotion*, Paris : Flammarion, p. 17.

⁶ Montpetit R., 1995, « De l'exposition d'objets à l'exposition-expérience : la muséographie multimédia », pp 7-14, 62e Congrès ACFAS *Les muséographies multimédia : métamorphose du musée*, Québec : musée de la Civilisation, p. 13.

⁷ Ou dispositif quand la surface occupée est plus modeste ou s'inscrit à l'intérieur d'une exposition. Les dispositifs d'immersion sont plus courants que les expositions, ces dernières engageant un parti pris « fort » qui peut entraîner des réactions plus radicales de la part du public.

⁸ Grau O., 2003, *Virtual Art, From illusion to immersion*, Cambridge : The MIT Press, Massachusetts Institute of Technology, p. 13.

⁹ Bitgood S., 1990, *The role of simulated immersion in exhibition*, Technical Report, n°90-20, Jacksonville : Center for Social Design, p. 1.

¹⁰ Quéau P., 1993, *Le virtuel : Vertus et Vertiges*, Seyssel : Champ Vallon (coll. « Milieux »), p. 13.

¹¹ Cinérama, *Sensorama, Cinéma 3D, Omnimax, Imax*, etc.

¹² Jullier L., *L'écran post-moderne : un cinéma de l'allusion et du feu d'artifice*, Paris : L'Harmattan, p. 63.

¹³ CAVE : Cave Automatic Virtual Environment ; SAS-Cube : salle immersive multiécrans cubique de réalité virtuelle en stéréoscopie active.

¹⁴ Ce désir d'illusion n'est en effet pas nouveau. Dès l'antiquité, des dispositifs d'optique tentaient de donner l'impression au spectateur d'être dans « un ailleurs ». Dans son livre, *Virtual Art, From Illusion to immersion*, Grau montre qu'à chaque époque, les techniques à disposition ont été utilisées pour produire un maximum d'illusion.

¹⁵ Fernández emploie le qualificatif « postmoderne » pour désigner ce musée incluant le spectaculaire, cité par Davallon J., 1995, « L'exposition multimédia nous oblige-t-elle à revoir nos façons de penser l'exposition ? » in *Actes du 62^e Congrès de l'ACFAS, Les muséographies multimédia : Métamorphose du musée*, Québec : Musée de la civilisation, p. 18.

¹⁶ Expression de l'architecte Ruedi Baur pour désigner les dispositifs d'immersion, dans le journal électronique *Museumexpert*, <http://www.museumexperts.com>, numéro d'avril 2003, spécial immersion.

¹⁷ L'exposition temporaire *Mutations* présentée au CAPC de Bordeaux de Novembre 2000 à Mars 2001.

¹⁸ Voir notamment Belaën F., *L'expérience de visite dans les expositions scientifiques et techniques à scénographie d'immersion*. Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université de Bourgogne, 2002, 325 p. et Crenn G., *Le Biodôme de Montréal ou la nature médiatisée : Patrimonialisation de l'environnement dans un dispositif d'immersion simulée*, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université de Montréal. 2000, 664 p.

¹⁹ Voir Ptolémée 2002, « Immersion, multimédia et offre muséographique », Forum pour le développement des musées, sites patrimoniaux et équipements culturels, FORUM 2002 - 22 & 23 octobre 2002, Cité des Sciences et de l'Industrie (<http://www.forum-ptolemee.com>)