

---

## La réception des dispositifs immersifs au sein des expositions. Étude de publics au sein de l'exposition « Osiris, mystères engloutis d'Égypte » à l'Institut du monde arabe.

*The reception of immersive devices within exhibitions: A study of the public at the exhibition Osiris, mystères engloutis d'Égypte at the Institut du Monde Arabe*

**Floriane Casula**

---



### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/cel/25751>

ISSN : 2262-208X

### Éditeur

École du Louvre

### Référence électronique

Floriane Casula, « La réception des dispositifs immersifs au sein des expositions. Étude de publics au sein de l'exposition « Osiris, mystères engloutis d'Égypte » à l'Institut du monde arabe. », *Les Cahiers de l'École du Louvre* [En ligne], 20 | 2023, mis en ligne le 01 juin 2023, consulté le 01 juin 2023. URL : <http://journals.openedition.org/cel/25751>

---

Ce document a été généré automatiquement le 1 juin 2023.



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International  
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

---

# La réception des dispositifs immersifs au sein des expositions. Étude de publics au sein de l'exposition « Osiris, mystères engloutis d'Égypte » à l'Institut du monde arabe.

*The reception of immersive devices within exhibitions: A study of the public at the exhibition Osiris, mystères engloutis d'Égypte at the Institut du Monde Arabe*

Floriane Casula

---

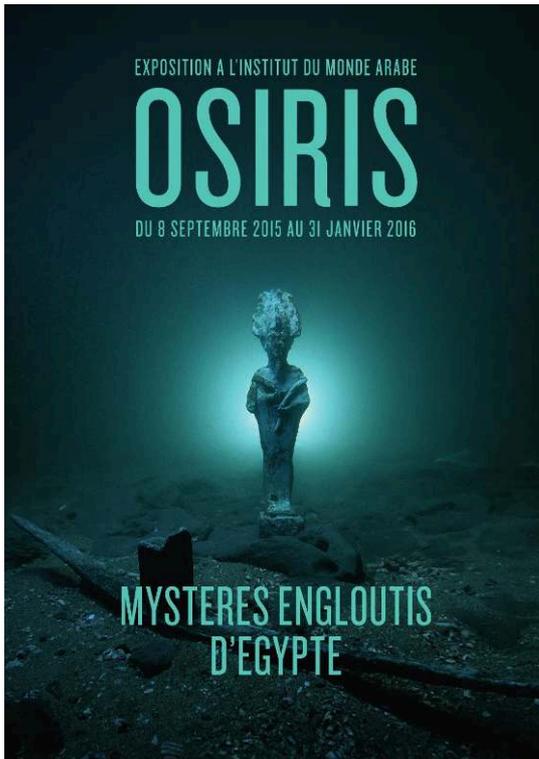
## Introduction

- 1 Immersif. Depuis une trentaine d'années, ce concept est apparu dans la sphère muséale pour parler d'un tout nouveau genre d'expositions, fondé sur des scénographies spectaculaires et l'envie de « faire éprouver, de faire vivre le propos de l'exposition<sup>1</sup> ».
- 2 Ces scénographies furent longtemps décriées par certains chercheurs, qui voyaient ces dernières comme une dérive inquiétante, une « disneylandisation » des expositions, visant plus à divertir qu'à avoir un intérêt pédagogique<sup>2</sup>.
- 3 Cependant, le terme est aujourd'hui accepté au sein même de la communauté muséale avec notamment la création en 2021 d'une filiale de la Réunion des musées nationaux - Grand Palais, appelée *Grand Palais immersif* et dédiée à la « production et à la diffusion d'expositions numériques, immersives et innovantes<sup>3</sup>. »
- 4 Mais qu'entend-on lorsqu'on parle d'immersion, et plus particulièrement d'expositions immersives ? Leur principe est de provoquer un sentiment d'immersion, c'est-à-dire

d'immerger le visiteur dans l'exposition, dans son propos. Mais quels sont les facteurs qui, dans ces expositions, produisent vraiment de l'immersion auprès des visiteurs ?

- 5 Cet article tente de comprendre ce qui caractérise l'immersion au sein d'une exposition et quels éléments de l'exposition, que ce soit la scénographie, la muséographie, le multimédia, les outils et les dispositifs de médiation jusqu'aux œuvres elles-mêmes, favorisent ou non l'immersion des visiteurs. Pour cela, une étude de publics a été opérée à l'Institut du monde arabe à Paris autour de l'exposition « Osiris, mystères engloutis d'Égypte » présentée en 2015.

Fig. 1.



Affiche de l'exposition Osiris, mystères engloutis d'Égypte, à l'Institut du Monde Arabe.  
© Institut du monde arabe

## Immersion et public

- 6 Pour comprendre les expositions immersives, il est important de revenir dans les années 1980 au cours desquelles une tendance de fond s'est développée : la nouvelle muséologie. Les musées, alors centrés majoritairement sur leurs collections, s'ouvrent aux publics. En France, de nombreux établissements ambitieux se créent comme le Centre Pompidou (1977) et la Cité des sciences et de l'industrie (1987) où les publics sont au cœur du projet scientifique et culturel. Les musées cherchent ainsi à repenser leurs discours et leur manière de les transmettre. L'objet ne se suffit plus à lui-même mais il présente une idée à travers l'exposition : c'est un outil communicationnel<sup>4</sup>. Ainsi, l'exposition insère le visiteur comme partie intégrante d'elle-même et de nouvelles formes expographiques se développent.

- 7 Parallèlement, les dotations des états baissent<sup>5</sup> et les musées doivent trouver de nouveaux financements. Ils visent à élargir leur fréquentation et doivent, à travers leurs expositions, devenir plus attractifs. Ils s'inspirent alors du monde du spectacle, du marketing expérientiel, des grands magasins et des parcs d'attraction pour développer des expositions à forte scénographie qui attirent de nouveaux publics<sup>6</sup>.
- 8 C'est dans ce contexte que se théorisent l'immersion<sup>7</sup> et la muséographie d'immersion<sup>8</sup>. Les approches immersives visent à créer une expérience où l'individu a le sentiment d'être impliqué, absorbé et complètement engagé dans l'exposition<sup>9</sup>. Cet engagement doit être total, aussi bien psychologiquement<sup>10</sup>, sensoriellement<sup>11</sup> que physiquement. Une fois immergé, le visiteur éprouve des émotions, sa distance critique<sup>12</sup> vis-à-vis du contexte se brouille ainsi que son rapport avec le temps<sup>13</sup>.
- 9 Même si certains auteurs font remonter les expositions immersives à des pratiques muséographiques anciennes comme le panorama, le diorama et les *period rooms*<sup>14</sup>, de nombreux auteurs évoquent l'exposition « Cités-Cinés », à la Grande Halle de la Villette en 1987, comme exposition pionnière du genre<sup>15</sup>.
- 10 Les chercheurs ont étudié ce type d'expositions et proposé des solutions et des clefs pour permettre de les développer :
- 11 le lieu doit tout d'abord être sécurisé et enclavé<sup>16</sup>. Cela permet aux visiteurs de se sentir au centre de la scène reproduite<sup>17</sup> ;
- 12 l'exposition doit être thématisée ce qui permet d'être transporté dans un temps et un lieu particulier<sup>18</sup> ;
- 13 le visiteur doit être actif et utiliser tous ses sens grâce à des dispositifs interactifs mais doit aussi utiliser ses capacités psychologiques : cognitives, imaginaires et affectives<sup>19</sup>. Plus la participation sera active et prenante, plus l'immersion sera importante<sup>20</sup>.
- 14 Ainsi, les expositions immersives sont un principe expographique relativement récent qui constitue encore aujourd'hui un vaste champ d'étude et d'analyse sur la pratique muséographique.

## L'immersion chez le visiteur, hypothèses

- 15 Les publications muséologiques sur l'immersion sont réparties en deux grandes parties : un premier axe centré sur l'étude des dispositifs de médiations utilisant de nouvelles technologies comme des casques VR. Et un second axe sur l'étude de la réception des expositions immersives, qu'elles possèdent des dispositifs utilisant des nouvelles technologies ou non. Nous avons voulu développer notre étude sur le second axe.
- 16 De nombreux auteurs ont analysé les expositions immersives d'un point de vue plus théorique. Nous avons voulu étudier une exposition immersive d'un point de vue pratique en déterminant quels dispositifs au sein de l'exposition immersive pouvaient immerger les visiteurs ou au contraire les sortir subitement de cet état.
- 17 Nous avons imaginé que les dispositifs scénographiques les plus spectaculaires seraient les plus immersifs et que la vue serait un sens plus particulièrement sollicité. Nous avons aussi supposé que l'immersion serait cassée par l'architecture inhérente au lieu, comme un escalier ou une sortie de secours mais aussi par la proximité et la présence des autres visiteurs.

- 18 Avant d'étudier les dispositifs donnant le plus d'immersion, il a été nécessaire de trouver une exposition qui ait été pensée, scénographiée et communiquée comme étant immersive.

## Choix du lieu : « Osiris, mystères engloutis d'Égypte »

- 19 Notre choix s'est porté sur l'exposition « Osiris, mystères engloutis d'Égypte » ouverte du 8 septembre 2015 au 6 mars 2016 à l'Institut du monde arabe à Paris. Conçue pour présenter plus de 250 objets retrouvés lors de fouilles sous-marines par l'archéologue Franck Goddio, elle était complétée par une quarantaine d'œuvres provenant des musées du Caire et d'Alexandrie. L'exposition était thématifiée pour correspondre aux « Mystères d'Osiris », grande cérémonie qui commémorait, perpétuait et renouvelait annuellement l'un des mythes fondateurs de la civilisation égyptienne.
- 20 L'exposition était composée de trois séquences précédées d'un prologue. La première séquence mettait en exergue le mythe et ses protagonistes. La deuxième, la plus importante, était celle consacrée au rite. Enfin, la troisième et dernière séquence revenait sur le mythe, sa postérité et la diversité de ses représentations.
- 21 Cette exposition a été pensée comme immersive dès sa conception. L'idée était de faire vivre la découverte des œuvres sous-marines ainsi que la cérémonie des mystères.

## Les principes expographiques de l'exposition

- 22 L'exposition commençait par un prologue. Dépouillé d'œuvres et plongé dans le noir, celui-ci présentait un film sur le mythe d'Osiris.
- 23 Il était suivi de la première séquence, qualifiée par le musée d'un entre-deux-mondes car elle ouvrait une brèche dans le passé. En effet, elle recréait un univers sous-marin qui rappelait où les œuvres avaient été retrouvées grâce à des bruitages d'eau et des projections donnant des effets d'eau verts et bleus. Une statue monumentale, véritable colosse de 5,4 mètres, était présente.
- 24 La seconde séquence présentait des cartes expliquant les différentes cités où ont été retrouvées les œuvres et les objets de l'exposition. Des projections et des écrans verticaux, appelés « failles », laissaient voir des vidéos des fonds sous-marin durant les fouilles archéologiques. Les visiteurs découvraient ainsi les vestiges alors qu'ils étaient encore sous l'eau et les archéologues en train de fouiller. Un « ciel » scénographié était recréé pour symboliser le ciel au-dessus du temple d'Amon Géreb, lieu où démarrait la cérémonie des Mystères. Des psalmodies et des prières, extraites du *Livres des morts* étaient diffusées pour accentuer cette ambiance de liturgie.
- 25 Le visiteur débouchait ensuite sur un espace plus restreint qui correspondait à la procession des Mystères. Une musique antique imaginaire était diffusée, des grains de lumière étaient projetés sur le sol et les visiteurs. Ceux-ci quittaient ensuite la cérémonie et la séquence 2 pour accéder à la troisième et dernière séquence offrant une toute autre atmosphère, beaucoup plus didactique, avec une lumière plus forte et des tons rouge-orange. Un audioguide était compris dans les prix des billets<sup>21</sup>.

Fig. 2.



Photographies prises par l'auteurice durant sa visite de l'exposition.

© Floriane Casula

## Méthode et échantillon

- 26 Pour cette étude de publics, nous avons opté pour une étude par entretiens semi-directifs. Cela permettait aux visiteurs de pouvoir prendre du recul sur leur vécu, leurs émotions et d'identifier les moments d'immersion.
- 27 Les entretiens ont été menés juste après la sortie de l'exposition en suivant une grille de questions semi-ouvertes. Les propos recueillis ont été retranscrits et analysés.
- 28 L'échantillon sélectionné était celui « à l'aveuglette ou accidentel », c'est-à-dire fait de manière arbitraire. Trente-six personnes ont été interrogées, de tous âges, des deux sexes et de catégories socio-professionnelles différentes.
- 29 Afin de comprendre la complexité de ce phénomène qu'est l'immersion, une grille d'analyse a été élaborée sur les bases de la grille de Chloé Jancert<sup>22</sup>. Elle permet de mettre en relief et de quantifier les différentes opérations d'appropriation induisant l'immersion et est complétée par une grille d'indices immersifs, c'est-à-dire de mots-clés induisant l'immersion, issus des travaux de Carù et Cova<sup>23</sup>. Ces deux méthodes ont été couplées pour quantifier et identifier l'immersion de façon plus fine.
- 30 Cette étude, qualitative, permet ainsi de dégager des tendances. Nous soulignons le besoin de développer une étude quantitative pour confirmer ces hypothèses.

## Résultats

- 31 Les résultats obtenus dans l'exposition « Osiris, mystères engloutis d'Égypte » montrent que la grande majorité des visiteurs se sont bien sentis en immersion au sein de cette exposition. En effet, vingt-sept visiteurs sur trente-six reconnaissent avoir expérimenté une immersion (treize une immersion modérée et quatorze une immersion forte), ce qui représente 75 % de la population étudiée.

- 32 Pour cerner les causes de ces immersions, nous avons analysé les *verbatim* des visiteurs pour identifier à quels dispositifs étaient associés leur sensation d'immersion. Trois grands dispositifs ont été soulignés : les vidéos, l'ambiance sonore et les œuvres.

### **Les vidéos et l'ambiance sonore : deux types de dispositifs favorisant l'identification**

- 33 Le type de dispositif le plus immersif est l'audiovisuel avec vingt-quatre indices immersifs sur un total de cent quatorze, ce qui représente près de 20 % des indices immersifs de l'exposition. En les analysant finement, nous avons pu mettre en avant que presque la totalité de ces indices se rapportaient à une thématique : celle de l'identification du visiteur à l'archéologue. Les visiteurs ont ainsi vécu la découverte des pièces archéologiques, en ayant l'impression d'être eux-mêmes archéologues, et ils ont imaginé l'émotion ressentie par ceux-là en découvrant les objets de la fouille.
- 34 Comment ce dispositif audiovisuel a-t-il pu permettre cette identification ?
- 35 Les vidéos étaient comme de longues failles, présentées à hauteur d'homme et plus grandes que les visiteurs. Elles montraient les fouilles sous-marines et sur certaines la découverte de pièces parfois exposées à côté, au sein de l'exposition.
- 36 Le second type de dispositif le plus immersif est l'ambiance sonore avec vingt indices immersifs sur cent quatorze. Comme les vidéos, l'ambiance sonore favorise l'identification des visiteurs aux archéologues et à la découverte des objets, qu'ils voient comme une aide pour s'immerger dans le monde créé par les concepteurs de l'exposition. Les mots « atmosphère », « univers » ou encore « ambiance » sont les plus récurrents pour parler du fond sonore alors qu'il s'agissait de « découverte » pour les vidéos. Le fond sonore permet donc aux visiteurs de rentrer dans un univers et ensuite de vivre plus facilement les autres éléments immersifs. Ces deux types de dispositifs sont alors très complémentaires.
- 37 L'identification permise par ces deux types de dispositifs développe un fonctionnement psychologique important du visiteur : son imaginaire. Les visiteurs se sont sentis immergés quand ils se sont imaginés être l'archéologue, ils ont imaginé l'émotion que celui-ci a dû avoir, les sensations physiologiques et psychiques de cette découverte. Ainsi, pour développer l'immersion, l'imaginaire est un levier possible. Cela permet d'ouvrir le champ des possibles à des expositions plus narratives, basées sur une histoire racontée et sur l'identification à des personnages fictifs ou/et à des personnes réelles.

### **L'importance des œuvres**

- 38 Le troisième type de dispositif le plus immersif recouvre les œuvres avec quinze indices immersifs sur cent quatorze (13 % des indices immersifs de l'exposition). Les œuvres ont donc une place importante dans le développement de l'immersion chez les visiteurs.
- 39 Nous avons vu que le son et les vidéos permettent une identification, c'est le cas aussi pour certaines œuvres. Deux visiteurs ont créé beaucoup de sens et ont développé leur imaginaire autour de bijoux et d'objets usuels, comme des cuillères et des louches. Ils ont imaginé les Égyptiens les portant, les utilisant et se sont identifiés à eux. Il est

intéressant de voir que ces deux visiteurs ont produit du sens sur des objets qu'ils ont l'habitude de voir et qu'ils peuvent utiliser dans leur vie quotidienne. Cette proximité a permis de créer un lien affectif et imaginaire avec ces Égyptiens. Cette identification par les œuvres nous a semblé importante mais est à relativiser car elle ne représente qu'une très petite partie de l'échantillon.

- 40 La majorité des indices immersifs sur les œuvres insistent sur leur monumentalité. Les visiteurs ont été « scotchés » ou « impressionnés » par les statues. La monumentalité des œuvres semble être un facteur d'immersion pour les visiteurs car ils n'ont jamais vu d'œuvres comme cela, elles sont inédites pour eux. Cette monumentalité impressionne le visiteur et le fait rentrer directement dans un sentiment d'immersion. Les visiteurs semblent avoir eu une immersion rapide voire instantanée à la vue de ces statues. L'immersion apparaît ici plus comme une sorte de plongeon.
- 41 En somme, l'œuvre comme élément immersif est très intéressante et regroupe deux grandes thématiques très différentes. Deux catégories s'y côtoient, la première vise une identification du visiteur grâce à des petits objets du quotidien, toujours utilisés de nos jours. Ces vestiges sont alors facilement compréhensibles pour le visiteur qui peut imaginer l'objet en fonction première, c'est-à-dire usuelle, se l'approprier et imaginer son histoire et ceux qui les possédaient.
- 42 La seconde catégorie vise une monumentalité, un plongeon immédiat du visiteur dans un sentiment d'immersion, et une montée d'émotion à la vue de l'œuvre. Dans le cas de l'exposition « Osiris, mystères engloutis d'Égypte », ces œuvres se caractérisaient par leur monumentalité et leur exceptionnalité.

## Les obstacles à l'immersion

- 43 Au sein d'une exposition, les visiteurs peuvent ressentir de la gêne, de l'inconfort, des dissonances cognitives qui peuvent faire obstacles à leur immersion. Ces obstacles sont tout aussi intéressants à étudier car en les comprenant et en les analysant, ils peuvent être dépassés.

## L'audioguide

- 44 Le dispositif qui a généré le plus de verbatims montrant un obstacle à l'immersion est l'audioguide. Celui-ci était inclus dans le prix du billet de l'exposition. Sur trente-six personnes interviewés, vingt-six l'ont utilisé. Ce dispositif est très ambigu dans cette étude, car d'un côté les visiteurs l'ont critiqué positivement en disant que c'est un outil qui apporte de riches connaissances sur le sujet, mais d'un autre côté ils l'ont critiqué négativement en le trouvant trop formel. Ce ton formel est apparu en dissonance avec l'ambiance narrative de l'exposition que les visiteurs expérimentaient. Les visiteurs l'ont perçu comme n'étant pas complètement intégré dans l'expérience de visite.
- 45 Ainsi, les dispositifs de médiation complémentaire comme l'audioguide sont plutôt plébiscités mais doivent rester en cohérence avec le ton donné à l'ensemble de l'exposition.

## Gêne et manque de confort

- 46 Les deuxième et troisième obstacles les plus énoncés recouvrent un manque de confort du visiteur.
- 47 Avec douze visiteurs l'énonçant, la lumière est une gêne récurrente pour eux. La quasi-totalité des obstacles liés à la lumière sont localisés à un endroit de l'exposition : le prologue. Les visiteurs l'ont trouvé trop sombre et se sont sentis désorientés. C'est la difficile adaptation entre la lumière extérieure, très vive et un intérieur peu lumineux qui est le plus souvent énoncé et qui a créé une rupture. Cette rupture n'est pas totalement négative, car certains visiteurs ont ainsi pu rentrer plus facilement dans le sujet et développer une immersion plus rapide. L'enjeu est ici flagrant : la rupture, malgré une gêne immédiate, peut permettre de développer un état immersif. Il est toutefois à noter que cet obstacle peut également être insurmontable et que le visiteur peut développer à cause de cela un rejet de l'ensemble de l'exposition, comme cela a été le cas pour un visiteur.
- 48 La lumière est donc un élément très intéressant qui peut provoquer une immersion en créant des jeux de lumière autour des œuvres ou développer un univers. Toutefois, c'est un jeu risqué qui peut produire des ruptures si fortes qu'elles sont perçues comme des obstacles par certains visiteurs.
- 49 Un autre obstacle entre en jeu dans le confort des visiteurs, celui de la foule. En effet, le flux important de visiteurs est un problème récurrent dans les obstacles énoncés. La proximité, la multiplication d'incivilités mais aussi le manque de visibilité des œuvres et des dispositifs sont les plus énoncés. Ces problèmes peuvent modifier la lecture de l'exposition et faire obstacle à l'immersion. Ils sont toutefois compris et les visiteurs sont relativement bienveillants. Ces obstacles sont en général gênants mais pas insurmontables.
- 50 Nous avons voulu savoir quels obstacles étaient insurmontables et nous nous sommes concentrés sur les neuf visiteurs qui n'avaient pas été immergés.

## Les obstacles insurmontables

- 51 En analysant les verbatims, plusieurs obstacles insurmontables à l'immersion ont été mis en évidence :
- 52 • le temps passé dans l'exposition et la non prescription. Deux visiteurs sur les sept non immergés ont signalé avoir manqué de temps pour faire l'exposition. En effet, ils faisaient partie d'un séminaire au sein du musée et avaient une heure pour faire l'exposition. Nous avons vu que l'immersion transportait dans un autre temps et un autre univers. Or, si le visiteur a des obligations qui le renvoie dans le monde réel, cela crée sans doute un obstacle fort à l'immersion. Par peur de ne pas avoir assez de temps ces deux visiteurs sont allés beaucoup plus vite qu'ils ne l'auraient fait habituellement pour une visite d'exposition en n'y restant que 30 minutes, temps minimal enregistré pour les 36 visiteurs interrogés. En comparant le temps que restaient les visiteurs et leur niveau d'immersion nous avons mis en évidence que plus les visiteurs sont immergés, plus ils sont restés dans l'exposition : en moyenne, les visiteurs les plus immergés restaient 20 minutes de plus que les visiteurs les moins immergés. Le temps semble donc un facteur important de l'immersion.

- 53 Cependant, nous avons mis en évidence que le manque de temps pouvait aussi être présent chez des visiteurs immergés. Ainsi, il ne peut, à lui-seul, être insurmontable. Ce n'est qu'en étant additionné à un autre obstacle, comme l'inconfort visuel ou le fait de ne pas être prescripteur du choix de l'exposition, qu'il devient insurmontable. Cet empilement d'obstacles fait un barrage, un arrêt à toute expérience immersive.
- 54 • Le rejet des effets immersifs en eux-mêmes. Le visiteur comprend les effets scénographiques, la narration, où les concepteurs veulent l'amener, et crée même du sens en développant son imaginaire, mais rejette complètement cette expérience. Le visiteur doit donc approuver et adhérer à l'expérience pour développer une immersion. Malheureusement, cet obstacle provient du visiteur lui-même et de sa subjectivité. Il est donc difficile voire impossible d'avoir de la part du musée un effet sur lui.
- 55 • Des dissonances cognitives. Nous avons remarqué deux types de dissonances cognitives. Celle où le visiteur a une incompréhension : le visiteur ne comprend pas le lien entre certains éléments scénographiques et le propos de l'exposition. Un visiteur a entendu les bruits d'eau de l'ambiance sonore mais n'a pas fait le lien avec les fouilles sous-marines. Se crée alors une incompréhension. Celle où le visiteur a des attentes fortes et préétablies ou en comparaison avec d'autres expositions immersives similaires déjà vues. En effet, quatre visiteurs sur les sept non immergés ont comparé l'exposition à celle de « Toutankhamon, son Tombeau et ses Trésors » exposée au Parc des expositions de Paris du 12 mai 2012 au 1<sup>er</sup> septembre 2012. Il est intéressant de relever que tous ceux ayant fait mention de cette exposition, n'ont pas été immergés au sein d'« Osiris, mystères engloutis d'Égypte ». Cela peut s'expliquer par la particularité des deux expositions à vouloir être immersives, mais aussi par la thématique commune de l'Égypte antique qui crée une attente forte pour l'exposition à l'Institut du monde arabe. Cette forte comparaison semble provoquer des dissonances cognitives chez les visiteurs car ils s'attendent à un type de scénographie qu'ils ont déjà pu voir. Être dans un univers totalement différent autour du même thème semble être difficile pour ces visiteurs.
- Il est intéressant de mettre en avant que l'exposition s'est déroulée à Paris en 2012. Quatre ans après, les visiteurs s'en souviennent très bien et y font plusieurs fois référence. Cette exposition les a donc marqué très fortement, et l'on peut supposer que c'est son côté immersif qui a pu le permettre, car les visiteurs qui en font la mention parlent de son caractère immersif.

## Conclusion

- 56 Nous avons étudié l'immersion de trente-six visiteurs au sein de l'exposition « Osiris, mystères engloutis d'Égypte » à l'Institut du monde arabe et nous avons vu que les dispositifs les plus immersifs étaient associés aux vidéos et à l'ambiance sonore, qui développent une identification du visiteur et son imaginaire.
- 57 De plus, les œuvres sont très importantes dans le processus d'immersion. Leur monumentalité et leur exceptionnalité immergent mais aussi leur proximité avec le visiteur. En effet, nous avons vu sur un court échantillon que les petits objets du quotidien permettent de développer l'imaginaire des visiteurs. Ils s'imaginent porter ou utiliser ces objets dans leur vie de tous les jours et se projettent ainsi dans une autre époque : celle de l'objet. Ce biais d'identification est très puissant et peut-être un levier fort pour ce type d'exposition.

- 58 L'identification des visiteurs est un point saillant dans cette étude et nous semble être la clé de voûte de l'accès à l'immersion dans cette exposition. Il est donc important pour les musées de développer ce point s'ils veulent créer des expositions immersives.
- 59 Nous avons aussi vu qu'il existait des obstacles à l'immersion. Il y a ceux qui freinent le processus d'immersion mais ne le cassent pas comme le manque de lumière ou la foule. L'audioguide est un dispositif intéressant car les visiteurs ont tous salué son apport de connaissances mais ont émis des critiques sur son ton trop formel, alors en incohérence avec le ton de l'exposition.
- 60 Il existe aussi des obstacles à l'immersion qui sont insurmontables et qui bloquent tout processus d'immersion. Le peu de temps passé, couplé à la prescription de voir l'exposition, en est un. Le rejet des éléments scénographiques visant à immerger les visiteurs en est un autre.
- 61 Nous avons trouvé très intéressant la dissonance cognitive et notamment la comparaison avec d'autres expositions similaires, ici, « Toutankhamon, son Tombeau et ses Trésors ». Cette comparaison développe l'idée qu'une innovation constante doit être recherchée dans ce domaine pour que le visiteur soit toujours immergé. Cette « course » peut avoir des bénéfices, comme de toujours proposer des nouveautés dans le domaine de la scénographie et de la mise en exposition. Cependant, cela peut aussi circonscrire ce type d'exposition à des institutions capables d'être à la pointe grâce à des budgets élevés. Les petits musées pourraient être exclus de ce type d'expérience muséale. Cette course à l'innovation et à la spectacularisation est une critique majeure de l'immersion et reste une problématique importante de ce type d'expositions.
- 62 L'exposition « Osiris, mystères engloutis d'Égypte » est donc immersive pour la plupart des visiteurs. Cette analyse a permis de comprendre quels dispositifs ont pu développer le processus d'immersion et lesquels l'ont freiné.
- 

## NOTES

1. Raymond Montpetit, « Une logique d'exposition populaire : les images de la muséographie », *Publics et Musées*, n° 9, 1996, pp. 55-103.

2. Ces inquiétudes sont énoncées par Serge Chaumier : « le musée populaire reprend à son compte les standards des modes de présentation officielle pour les détourner et les réinterpréter sous le registre du spectaculaire et du sensationnel. Ce sera d'autant plus vrai qu'il s'éloignera de missions scientifiques pour s'engager vers des espoirs de fréquentation grand public. » Serge Chaumier, « Du musée au parc d'attractions : ambivalence des formes de l'exposition », *Culture & Musées*, n° 5, 2005, pp. 65-90.

3. Plus de renseignements sur leur site internet : <https://grandpalais-immersif.fr/qui-sommes-nous> [consulté le 15/12/2022].

4. Jean Davallon, « Le musée est-il vraiment un média ? », *Publics et Musées*, n° 2, 1992, p. 99-123.

5. Schiele Bernard, « L'invention simultanée du visiteur et de l'exposition », *Publics et Musées*, n° 2, 1992, Regards sur l'évolution des musées (sous la direction de Jean Davallon), pp. 71-98.

6. S. Chaumier, *op. cit.* note 2.

7. Stephen Bitgood, *The role of simulated immersion in exhibition*, Jacksonville State University, Technical report n° 90-20, novembre 1990, 27 p.
8. R. Montpetit, *op. cit.* note 1.
9. S. Bitgood, *op. cit.* note 7.
10. Colette Dufresne-Tassé, « Experiencia intensa e experiencia de immerçao : Relatório de observações diretas, *Museion* », *Revista do Museu e Arquivo Histórico La Salle*, N° 19, 2014, pp. 27-42.
11. Florence Belaën, « 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.
12. Olivier Grau, *Virtual Art, From Illusion to Immersion*, The MIT Press, 2003, 430 p.
13. S. Bitgood, *op. cit.* note 7.
14. R. Montpetit, *op. cit.* note 1.
15. Noémie Drouguet, « Succès et revers des expositions-spectacles », dans S. Chaumier, *Du musée au parc d'attractions : ambivalence des formes de l'exposition*, *Culture & Musées*, n° 5, 2005, pp. 65-90.
16. Antonella Carù, et Bernard Cova, « Approche empirique de l'immersion dans l'expérience de consommation : les opérations d'appropriation », *Recherches et applications en marketing*, vol. 18, n° 3/2003, p. 48.
17. R. Montpetit, *op. cit.* note 1.
18. S. Bitgood, *op. cit.* note 7.
19. C. Dufresne-Tassé, *art. cité* note 10.
20. S. Bitgood, *op. cit.* note 7.
21. Présentation vidéo de l'exposition disponible sur YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=w33xSSDel-o>
22. Chloé Jancert, « La réalité virtuelle au service d'une meilleure immersion des visiteurs d'expositions ? », Mémoire d'étude, Paris, École du Louvre, 2015, 60 p.
23. A. Carù et B. Cova, *art. cité* note 16.

## RÉSUMÉS

Depuis une trentaine d'années, les musées développent de nouveaux types d'expositions fondés sur des scénographies spectaculaires et l'envie de « faire éprouver, de faire vivre le propos de l'exposition ». Les musées développent chez les visiteurs des émotions fortes et de l'immersion à travers leurs dispositifs expographiques. Mais quels sont les facteurs qui, dans ces expositions, produisent vraiment de l'immersion auprès des visiteurs ?

Cet article tente de comprendre ce qui caractérise l'immersion au sein d'une exposition et quels éléments de l'exposition favorisent ou non l'immersion des visiteurs. Pour cela, une étude de publics a été opérée à l'Institut du monde arabe à Paris autour de l'exposition « Osiris, mystères engloutis d'Égypte » présentée en 2015.

For the past thirty years, museums have been developing new types of exhibitions based on spectacular settings and the desire to “make visitors feel and experience the exhibition’s purpose”. Museums are developing strong emotions and immersion for visitors through their expographic devices. But what factors in these exhibitions really produce immersion in visitors? This article attempts to understand what characterises immersion in an exhibition and which elements of the exhibition do or do not encourage visitor immersion. For this purpose, a study of

the public was carried out at the Institut du Monde Arabe in Paris during the exhibition *Osiris, mystères engloutis d'Égypte* (2015).

## INDEX

**Keywords** : immersion, reception, exhibition, museography, audience study

**Mots-clés** : immersion, réception, exposition, muséographie, étude de publics

## AUTEUR

### FLORIANE CASULA

Floriane Casula est spécialisée dans la conception de dispositifs numériques pour les musées. Après un master à l'École du Louvre en muséologie et à la Sorbonne-Nouvelle en muséologie et nouveaux médias, elle travaille durant quatre ans en agence où elle crée des installations et des médiations interactives in situ. Elle rejoint ensuite la Cité des sciences et de l'industrie où elle imagine des expériences numériques en ligne. Elle est, depuis 2022, conceptrice multimédia indépendante et directrice de production spécialisée dans le numérique.

Floriane Casula is a specialist in the design of digital devices for museums. After a master's degree at the École du Louvre in museology and at the Sorbonne-Nouvelle in museology and new media, she worked for four years in an agency where she created installations and interactive mediation in situ. She then joined the Cité des Sciences et de l'Industrie where she designed online digital experiences. Since 2022, she has been a freelance multimedia designer and production manager specialising in digital media.