

# CULTURE & MUSÉES

## Appel à proposition d'articles

### **L'émotion dans les expositions**

**Sous la direction de Gaëlle CRENN (Université de Lorraine)**

**et Jean-Christophe VILATTE (Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse)**

Si la recherche sur les musées, les mémoriaux et les sites patrimoniaux s'est longtemps attachée à la compréhension des phénomènes cognitifs et à la transmission des contenus, on observe aujourd'hui un tournant vers des recherches qui, étudiant au premier chef la place des émotions dans l'expérience des visiteurs, se consacrent aux aspects « non-représentationnels » ou non-discursifs (Tolia-Kelly, Waterton et Watson, 2017) de cette expérience.

Issues de disciplines diverses (études muséales, études du patrimoine, psychologie, sociologie, géographie, neurosciences, marketing, ...), ces recherches entreprennent une révision critique des approches foucaaldiennes, marquées par une focalisation sur les luttes de savoirs et de pouvoirs, considérées essentiellement comme des processus cognitifs rationnels (Munroe, 2017 ; Savenije et de Bruijn, 2017). Dans une perspective centrée sur la pratique des visiteurs (Ballantyne et Uzzell, 2011), la place des motivations et des attentes des visiteurs à l'égard des institutions muséales et patrimoniales est repensée en tenant compte des désirs de divertissement, de découverte, voire d'évasion. L'événementialisation et la spectacularisation des institutions culturelles s'accompagnent d'une demande d'intensification de l'expérience vécue, expérience subjective et intersubjective, engageant à la fois cognitivement, émotionnellement et corporellement le visiteur. Malgré ces recherches, la manière dont les émotions s'intègrent à notre compréhension de ces institutions culturelles est encore loin d'être élucidée. L'un des problèmes auxquels sont confrontés les chercheurs est de s'entendre sur ce que sont les émotions. Autour de cette notion, le lexique utilisé est complexe, parfois indéfini, parfois trop défini de manières différentes selon les disciplines et les courants. Dans cette diversité se côtoient émotion, sentiment, humeur, affect, passion, éprouvé, ressenti, etc. : les termes sont polysémiques. Les auteurs s'accordent toutefois sur l'idée que l'émotion est un phénomène adaptatif pluriel (Nugier, 2009), faisant intervenir des aspects physiologiques, moteurs et cognitifs (Scherer, 2005).

#### **Usages des stratégies affectives**

Ces stratégies non-représentationnelles « sont souvent sollicitées, consciemment ou non, pour stimuler une réponse émotionnelle qui sert à renforcer l'empathie et/ou un engagement moral avec les événements historiques et les acteurs dont l'exposition fait le portrait » (Savenije et de Bruijn, 2017 : 832). Sont en premier chef concernées les institutions consacrées à des histoires difficiles : musées de guerre (Pomian, 2013); mémoriaux consacrés aux génocides, à l'esclavage, dont une des fonctions est de susciter l'émotion pour les personnes ou les collectifs que l'on honore ; sites patrimoniaux, enfin, où, selon les méthodes d'interprétation bien connues de Freeman Tilden, on favorise l'engagement du corps avec l'environnement afin de stimuler la curiosité et de rendre l'expérience plus mémorable.

Si dans les musées d'art l'émotion esthétique du visiteur est l'une des fins de la visite, l'émotion devient ici un moyen pour atteindre des objectifs éducatifs, comportementaux, civiques, voire moraux. Aussi de nouveaux travaux apparaissent qui explorent les potentialités de narrations et de stratégies de médiation qui mobilisent l'émotion comme levier ou comme médium. Ainsi « “ l'interprétation chaude ” (*hot interpretation*) [...] incorpore l'émotion dans le design des expériences interprétatives, dans le but de provoquer des réponses cognitives et comportementales, [et génère] des contenus interprétatifs émouvants et perturbants [...] pour inciter les visiteurs à réexaminer les croyances et perceptions qu'ils adoptaient auparavant concernant des questions sociales, environnementales ou morales spécifiques » (Ballantyne, Packer et Bond, 2012 :153).

Le présent appel souhaite susciter des articles autour de la relation réciproque entre émotion et exposition, au cours des visites de musées d'art, de sciences et société, de mémoriaux et de sites patrimoniaux. Prenant pour objet l'examen des « résonances émotionnelles et affectives inhérentes au projet patrimonial », l'objectif est de mieux comprendre comment « le corps et l'esprit convergent pour susciter des expériences vibrantes et significatives » (Munroe, 2017 : 114). Aussi, il est intéressant d'explorer et détailler les nouvelles stratégies narratives et interprétatives qui « stimulent l'imagination des visiteurs » (Savenije et De Bruijn, 2017 : 832), ainsi que les dispositifs mobilisés, du point de vue des positions, rôles et postures qu'ils proposent aux visiteurs.

Les expositions mobilisent des dispositifs variés, hybrides, incluant des éléments humains et non-humains, comprenant des éléments textuels, visuels et spatiaux, susceptibles de créer des espaces où s'articulent et se négocient émotions et représentations, ressentis et connaissances (Witcomb, 2013). Les trames narratives se focalisent sur les récits de vie, mobilisent des objets personnels, inventent installations et dispositifs immersifs, qui très souvent visent à stimuler les réactions émotionnelles. Les visiteurs peuvent, par exemple, s'y trouver mis en situation de victime (mais aussi de bourreau ou de témoin), que cela passe par des dispositifs immersifs réalistes (l'expérience du Blitz, Imperial War Museum, Londres), par le recours à des avatars (US Holocaust Memorial Museum, Washington) ou par des activités engageantes (Jeu « Entrer en Australie » du Musée de l'immigration de Melbourne qui invite les visiteurs à traiter un dossier de demande d'immigration). Ainsi, le musée de l'immigration de Melbourne s'affiche comme le musée « des histoires émouvantes », et revendique sa capacité à produire des réactions émotionnelles fortes : il entraîne ses visiteurs « dans une aventure qui va au-delà de leurs attentes : il les surprend, il les émeut, et il leur donne le sentiment d'être relié au monde ». Au point qu'en définitive, « c'est ce bénéfice émotionnel qui est spécifique au musée de l'immigration » (Horn, 2006 : 90). Plus largement, se stabiliseraient dans les institutions patrimoniales des « boucles discursives-affectives », formant un « canon muséographique » rendant disponible un modèle qui « donne le ton » pour ensuite se répliquer ou se décliner dans diverses instances patrimoniales (Witcomb, 2013). Ces modèles, porteur de régimes émotionnels spécifiques contribueraient à former, orienter et guider les récits sur notre passé.

### **Enjeux et questionnements**

Le développement des « stratégies d'interprétation affectives » (Witcomb, 2013 : 256) des musées, sites et mémoriaux invite d'abord à chercher à mieux comprendre l'opérativité des dispositifs. Il s'agit sur le plan théorique de « dénouer les liens » (Munroe, 2017) qui attachent étroitement processus affectif et cognitif, d'explorer les liens entre affect, réponses émotionnelles suscitées chez les visiteurs, et sentiments qui en découlent. Finalement, comment et où situer la place de l'émotion dans le processus de construction de signification ?

Se posent ensuite des questions d'ordre éthique. On peut se demander quelles seront les limites au recours à des dispositifs qui relèvent en eux-mêmes d'une forme

d'instrumentalisation et de manipulation des ressentis des publics. Le cabinet UX Good Team mobilise par exemple au Kigali Genocide Memorial Center la « courbe Inzovu » pour « *designer* » l'expérience émotionnelle des visiteurs, dans le but de favoriser le souvenir et la thérapie : « Des contenus douloureux alternent avec des opportunités de réflexion. Juste avant que le spectateur atteigne le *burn out* émotionnel, point crucial où les réponses négatives peuvent submerger le spectateur et créer un sentiment de désespoir, l'introduction de l'espoir et des capacités d'action [*empowerment*] créent une épiphanie : l'action est possible. Ceci transforme l'empathie introspective en compassion extravertie et en motivation à contribuer à un changement positif » (Pratley, 2016 :28).

Si l'on peut s'interroger sur les réelles possibilités de mobiliser ainsi « l'empathie » et sur la portée réelle de telles transformations des comportements, ce type d'entreprise peut en tous cas faire réfléchir : Jusqu'où peut-on accepter que les institutions patrimoniales se reposent sur de telles recettes de mobilisation émotionnelle des visiteurs, déploient des dispositifs qui activent le travail émotionnel des visiteurs ? Se pose la question des limites lorsque l'on propose aux visiteurs de revivre des expériences de violence physique ou mentale dans des dispositifs mimétiques. La simulation d'une expérience – qui reste par définition intransmissible (Munroe (2017) – à travers des médiations a des résonances puissantes, durables, et potentiellement douloureuses pour les visiteurs. De tels dispositifs proposent un parcours expérientiel et émotionnel qui vise dans une large mesure à « traumatiser » le visiteur (Thiévant, 1999), pour obtenir en fin de compte des effets thérapeutiques ou des formes d'engagement civique. Si pour certains, le recours à ces méthodes est justifié et même promu au motif d'un nécessaire investissement des musées dans les « causes qui importent » (Pratley, 2016), il semble intéressant de questionner l'usage par les institutions patrimoniales de ces dispositifs de prise – voire d'emprise – émotionnelle intense sur les visiteurs.

Toutefois, si l'exposition est potentiellement susceptible de déclencher une émotion volontairement ou non, il existe une très grande variabilité intra et interindividuelle durant l'expérience de visite. De nombreuses variables psychosociologiques et culturelles peuvent modifier la réaction du visiteur face à une même exposition. Il semble toutefois possible de pouvoir comprendre, expliquer et prédire les réactions émotionnelles qui peuvent être déclenchées face à un objet ou un contexte muséal ou patrimonial donné (Sander et Varone, 2011). Ainsi, on peut s'intéresser aux normes culturelles, aux valeurs, aux attentes, à la motivation, à la personnalité ou encore à l'expertise du visiteur pour comprendre la relation émotionnelle que ce dernier établit avec l'exposition. Mettre en relation le visiteur avec le contenu d'une exposition, susciter son engagement au moyen des émotions est une pratique qui reste à analyser et théoriser, afin de mieux comprendre ce qui se joue du côté du visiteur.

### **Axes suggérés**

Trois axes de réflexion sont suggérés :

#### **1. Émotions et apprentissage**

Comment le modèle s'installe-t-il en dialogue renouvelé avec les théories de l'apprentissage mais aussi de l'instruction du citoyen, au sens plus fort d'enseignement, d'appropriation de comportements souhaitables socialement, et de réponses aux prescriptions comportementales ? Le potentiel pédagogique et herméneutique de ces stratégies fait l'objet de discussions. Pour certains auteurs, les stratégies narratives faisant appel à l'émotion sont un bon moyen d'activer les capacités de réflexion critique. Pour d'autres, l'émotion pourrait au contraire restreindre les facultés des visiteurs à établir un rapport contextualisé aux événements historiques et aux contenus présentés dans l'exposition.

## 2. Émotions, dispositifs et parcours narratifs

Quels sont les différents dispositifs usant de stratégies émotionnelles, quels parcours narratifs proposent-ils ? Avec quelles variantes, quels degrés d'intensité, quels effets prévus et effectifs ? Comment la muséographie et la scénographie cherchent-elles à susciter l'engagement des visiteurs à travers les processus émotionnels ?

Comment le musée doit-il gérer la mise en exposition de thématiques à forte connotation émotionnelle ? À quelles contraintes font face les institutions qui les portent ? Doit-on accompagner le visiteur de manière spécifique ou le laisser gérer ses propres émotions ?

Quels problèmes et limites suscite une telle approche ? Privilégier le registre émotionnel fait courir le risque que la relation à l'exposition et l'expérience vécue se fasse au détriment des autres processus expérientiels. Du côté de la production par les institutions de tels dispositifs narratifs, on pourra également se demander comment les institutions patrimoniales produisent des normes autorisées de comportements, en leur sein et au-delà dans l'espace social.

## 3. Émotions et réception (expériences des visiteurs)

Comment les visiteurs des musées et lieux patrimoniaux font-ils l'expérience émotionnelle de ces lieux ? Les émotions possibles dans ces lieux culturels paraissent être de nature extrêmement variable, liées aux objets exposés mais également à de nombreux autres facteurs intra et interpersonnels, au contexte physique, etc. Comment le visiteur gère-t-il ces différents registres émotionnels ? Quels sont les facteurs de cette expérience émotionnelle ?

S'intéresser aux émotions c'est se demander quels effets ces dernières ont sur l'expérience, et, plus spécifiquement, sur la manière dont les fonctions psychologiques et cognitives (perception, attention, compréhension, mémoire, ...) peuvent être facilitées ou, au contraire, empêchées par l'émotion.

Les publics des musées étant le plus souvent silencieux, il reste très difficile de rendre compte de leurs émotions. Les visiteurs font état d'un vécu émotionnel sans vraiment l'approfondir. Par quelles méthodologies et outils les études et recherches appréhendent-elles les émotions des visiteurs ? Quelles sont les émotions les plus étudiées chez le visiteur ? Pour quelles analyses ? Pour quels résultats ? Une question récurrente au sujet des émotions, c'est qu'elles apparaissent toujours contextualisées ; quelles régularités compréhensives, explicatives et prédictives peut-on donner à ces connaissances produites ?

De nombreuses études et recherches portent sur les émotions à valence négative, leur taux de fréquence, leur effet sur la satisfaction, avec le souci de pouvoir y remédier et réajuster ainsi certaines scénographies et médiations. *Quid* des émotions à valence positive ?

## Références

- Ballantyne, Roy, Uzzell, David, 2011. « Looking Back and Looking Forward : The Rise of the Visitor-centered Museum », *Curator*, vol. 54, no 1, pp. 85-92.
- Ballantyne, Roy, Pacer, Jan, Bond, Nigel, 2012. « Interpreting Shared and Contested Histories : The *Broken Links* Exhibition », *Curator*, vol. 55, no 2, pp. 153-166.
- Horn, Barbara, 2006. « Obstacles et éléments moteurs : pour la constitution d'un public au musée de l'immigration à Melbourne en Australie », *Museum International*, no 231, pp. 83-91.
- Munroe, Leanne, 2017. « Constructing affective narratives in transatlantic slavery museums in the UK », in Tolia-Kelly, Divya P., Waterton, Emma, Watson, Steve (eds.), 2017. *Heritage, Affect and Emotion. Politics, practices and Infrastructures*, London: Routledge, pp. 114-132.

- Nugier, Armelle, 2009. « Histoire et grands courants de recherche sur les émotions », *Revue électronique de Psychologie Sociale*, 2009, n°4, pp. 8-14.
- Pomian, Krzysztof, 2013. « Musées d'histoire : Emotions, connaissances, idéologies », *Le débat*, vol. 5, no 177, pp. 47-58.
- Pratley, Charlotte, 2016. « The Inzovu Curve », *Association for Heritage Interpretation (AHI) Journal*, vol. 21, no 2, hiver, pp. 28-29.
- Sander, David, Varone, Carole, 2011, « L'émotion a sa place dans toutes les expositions », *La Lettre de l'OCIM*, 134, mars-avril, pp.22-28, <http://ocim.revues.org/840>.
- Savenije, Geertz, M., De Bruijn, Peter, 2017. « Historical empathy in a museum : uniting contextualisation and emotional engagement », *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 23, no. 9, pp. 832-845.
- Scherer, Klauss, R., 2005, « What are emotions ? And how can they be measured ? *Social Science Information*, vol.44, no 4, pp. 695-729.
- Thiévant, Sophie, 1999. « Un voyage pas comme les autres. Sur les chemins de l'exil. Analyse des pratiques d'exposition et du fonctionnement de l'exposition ». Etude réalisée pour le Parc de la Villette, juin, 51 p.
- Tolia-Kelly, Divya P., Waterton, Emma, Watson, Steve (eds.), 2017. *Heritage, Affect and Emotion. Politics, practices and infrastructures*, London: Routledge.
- Witcomb, Andrea, 2013. « Understanding the role of affect in producing a critical pedagogy for history museums », *Museum Management and Curatorship*, vol. 28, no 3, pp. 255-271.

## Envoi des résumés

Merci d'adresser vos propositions d'articles sous la forme de résumés (5000 à 7000 signes) par courriel avant le 30 novembre 2018 à :

Gaëlle Crenn ([gaelle.crenn@univ-lorraine.fr](mailto:gaelle.crenn@univ-lorraine.fr)) et Jean-Christophe Villatte ([Jean-christophe.villatte@univ-lorraine.fr](mailto:Jean-christophe.villatte@univ-lorraine.fr)), avec copie pour Marie-Christine Bordeaux ([marie-christine.bordeaux@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:marie-christine.bordeaux@univ-grenoble-alpes.fr)).

Les résumés comporteront :

- un titre,
- 5 références bibliographiques, qui seront mobilisées dans le projet d'article,
- les noms, adresse électronique, qualité et rattachement institutionnel (université, laboratoire) de leur auteur.e., ainsi que des références bibliographiques pour chaque auteur.e (5 environ par personne)

Ils détailleront :

- l'ancrage disciplinaire ou interdisciplinaire de la recherche,
- la problématique,
- le terrain ou le corpus,
- la méthodologie employée
- le cas échéant, une première projection sur les résultats

## Calendrier :

Septembre 2018 : diffusion de l'appel à propositions d'articles :

30 novembre 2018 : réception des propositions (résumés)  
Fin décembre 2018 : réponses aux auteur.e.s  
Fin janvier 2019 : réception des textes complets  
Début février 2019 : expertise en double aveugle  
Fin mars 2019 : réception des expertises, réponses définitives aux auteur.e.s et propositions éventuelles de modifications  
Fin juin 2019 : réception des textes modifiés  
Juillet 2019 : début du processus éditorial  
Février 2020 : publication

### **Contacts**

Gaëlle Crenn  
[Gaelle.crenn@univ-lorraine.fr](mailto:Gaelle.crenn@univ-lorraine.fr)  
IUT Charlemagne  
Département Info-Communication  
2 ter Boulevard Charlemagne  
54052 Nancy Cedex  
Tel : 06 43 21 89 94