



HAL
open science

L'émotion dans les expositions. Introduction

Gaëlle Crenn, Jean-Christophe Vilatte

► **To cite this version:**

Gaëlle Crenn, Jean-Christophe Vilatte. L'émotion dans les expositions. Introduction. Culture et Musées, 2020, L'émotion dans les expositions, 36, pp.15-33. <10.4000/culturemusees.5382>. <hal-03082903>

HAL Id: hal-03082903

<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-03082903v1>

Submitted on 23 May 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire HAL, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Introduction

Gaëlle Crenn et Jean-Christophe Vilatte



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/culturemusees/5382>

DOI : [10.4000/culturemusees.5382](https://doi.org/10.4000/culturemusees.5382)

ISSN : 2111-4528

Éditeur :

Avignon Université, UGA Éditions/Université Grenoble Alpes

Édition imprimée

Date de publication : 15 décembre 2020

Pagination : 15-33

ISSN : 1766-2923

Ce document vous est offert par Université de Lorraine



Référence électronique

Gaëlle Crenn et Jean-Christophe Vilatte, « Introduction », *Culture & Musées* [En ligne], 36 | 2020, mis en ligne le 23 novembre 2020, consulté le 24 mai 2023. URL : <http://journals.openedition.org/culturemusees/5382> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/culturemusees.5382>

Introduction

Gaëlle Crenn, *Université de Lorraine, CREM*
(*Centre de Recherche sur les Médiations*)

& Jean-Christophe Vilatte, *Avignon Université*
(*Laboratoire Culture et Communication*)

Disqualifiées au motif qu'elles troublaient la compréhension et les apprentissages des visiteurs, les émotions ont été longtemps négligées dans la théorie et la pratique des musées (Watson, 2016). Pareil déficit serait avant tout « lié à la nature disciplinaire du musée » qui induirait une « approche scientifique, rationnelle et dépassionnée » (Watson, 2015 : 287). Parallèlement, les recherches critiques ont dénoncé la tendance à privilégier dans les parcours interprétatifs des sites patrimoniaux les émotions qui susciteraient la nostalgie et favoriseraient « un registre émotionnel politiquement conservateur » (Wetherell *et al.*, 2018 : 7), si ce n'est réactionnaire. Mais à la faveur du « tournant émotionnel » en sciences humaines et sociales (Bennett, 2013 ; Crang & Tolia-Kelly, 2010), les réticences sont en train de se lever. Ce dossier veut donc explorer la place qu'occupe aujourd'hui la question de l'émotion dans la recherche muséale. Pour l'introduire, nous revenons dans un premier temps sur l'état de la recherche concernant l'émotion dans les expositions en montrant sa dynamique et en identifiant ses principaux enjeux, au regard des transformations plus générales qui affectent le champ muséal et patrimonial. Les recherches, principalement anglophones, sur la place de l'émotion dans les expositions ont progressé, pour ainsi dire, de l'examen de l'expérience du

visiteur à celui des dispositifs scénographiques, pour s'intéresser ensuite aux dispositifs de médiation et se pencher, enfin, sur la conception d'exposition. On peut ainsi distinguer quatre étapes dans les recherches, qui soulèvent chacune des enjeux spécifiques.

Panorama des recherches sur l'émotion dans les expositions

Depuis une vingtaine d'années, le « tournant émotionnel » porte son attention sur les aspects « non représentationnels » (Tolia-Kelly *et al.*, 2017) ou non discursifs de l'expérience des visiteurs. C'est dans ce contexte que se développe la prise en compte de l'émotion dans les expositions (Smith, 2006 ; Gregory & Witcomb, 2007 ; Smith & Campbell, 2016).

L'émotion dans l'expérience du visiteur

Abordée du point de vue du visiteur, l'émotion est reconnue dans un premier temps à la fois comme une composante de l'expérience et un produit de la visite, attendue par les visiteurs comme par les concepteurs, au point que l'on pourrait parler en définitive d'un « bénéfice émotionnel » procuré par la visite (Horn, 2006 : 90). Cet intérêt pour les émotions accompagne celui porté à l'expérience du visiteur et à son engagement dans l'exposition. Musées, mémoriaux et sites patrimoniaux déplacent leur attention de la valorisation des contenus à la mise en relation du visiteur avec l'exposition. Adoptant une perspective centrée sur la pratique des visiteurs (Ballantyne & Uzzell, 2011), les institutions muséales et patrimoniales repensent motivations et attentes des visiteurs (Eidelman *et al.*, 2013), et s'adaptent à une nouvelle approche sensible, affective et ludique de la visite.

L'émotion a été largement mobilisée dans une visée de pédagogie et de politique de mémoire. C'est d'abord dans les expositions liées à des histoires « difficiles » (MacDonald, 2008) que l'on a eu recours à des dispositifs stimulant les réponses émotionnelles. Sont en premier chef concernées les institutions consacrées à des histoires douloureuses : musées

de guerre (Pomian, 2013 ; Waterton & Dittmer, 2014), mémoriaux consacrés aux génocides (Nawjin & Fricke, 2015), à l'esclavage (Chevalier & Lefort, 2016), sites patrimoniaux, enfin, où, selon les méthodes d'interprétation de Freeman Tilden (2009), on favorise l'engagement du corps avec l'environnement afin de stimuler la curiosité et de rendre l'expérience mémorable.

Un champ de recherche à part entière s'est développé dans ce domaine des sujets et des objets dit « sensibles » (Bonnell & Simon, 2007 ; Sunier, 2017 ; Poli, 2019). Comme le montre Marzia Varutti dans ce numéro, plusieurs sens du terme s'y rejoignent : des moyens scénographiques « sensibles » (qui passent par différents canaux sensoriels : la vue, le toucher, l'ouïe, etc.) touchent la sensibilité (capacité à ressentir) et rendent finalement les visiteurs « sensibles », au sens cette fois de « concernés » par un sujet.

Les 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 & De Bruijn, 2017 : 832). 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 susciter une empathie (pour des victimes, pour une cause) et atteindre des objectifs comportementaux, éducatifs, civiques, voire moraux, de transformation des attitudes et des représentations. Le « tournant émotionnel » dans les études sur le patrimoine et les musées se fonde sur le constat que « les émotions peuvent être utilisées pour déstabiliser des récits et des interprétations de l'histoire, de sorte que puisse se développer une sympathie en faveur des histoires et des groupes marginaux ou cachés » (Smith & Campbell, 2016 : 454). On peut considérer l'empathie comme « une rencontre » (Sennett, 2014), l'émotion ressentie permettant d'établir une proximité avec des religions, des cultures, des personnes ou des lieux différents. Les musées qui « invitent les visiteurs à expérimenter et à être affectés par les événements dont ils sont les témoins, et accroissent leur capacité à s'identifier et à éprouver de l'empathie pour la souffrance des autres », deviennent des « espaces transférentiels » où sont

testés des « modes expérientiels d'acquisition de connaissances » (Arnold - de Simine, 2013 : 90-91). Dès lors, sous certaines conditions, « l'empathie se révèle transformative » (De Wildt, 2018 : 82) : elle peut conduire à instituer des changements dans les rapports sociaux. Dans cette perspective, des réflexions voient le jour dans le milieu professionnel des musées et du patrimoine à propos d'une nouvelle identité institutionnelle : celle de « musée empathique » (Jennings *et al.*, 2019).

De multiples études se sont développées qui cherchent à établir d'efficaces « stratégies d'interprétation affectives » (Witcomb, 2013 : 256). Certains travaux se concentrent sur les modalités d'activation sensorielle en tant que portes d'accès aux émotions ou explorent les potentialités de stratégies narratives et de médiation qui incluent l'émotion comme levier ou comme médium (Ballantyne *et al.*, 2012). Les trames narratives se focalisent sur les récits de vie, et les témoignages mobilisent des objets personnels ; les parcours s'agrémentent d'installations et de dispositifs immersifs favorisant les réactions émotionnelles.

L'appel aux artistes contemporains fait partie de ce répertoire de stratégies : l'intégration d'œuvres d'art vise à sensibiliser les visiteurs, par l'émotion esthétique, à un sujet politique ou social. Pourtant, les effets ne sont en aucun cas mécaniquement assurés. Dans son analyse d'une exposition consacrée au soulèvement comme forme d'émotion politique, Pauline Hachette démontre *a contrario* comment des œuvres assemblées de façon à susciter les émotions des visiteurs se trouvent paradoxalement dénuées d'intensité émotionnelle dans l'espace de l'exposition qui les réunit. Dans un tout autre contexte (celui du Musée Ghibli, à Tokyo), Marie-Sylvie Poli rend compte des limites d'une muséographie, fût-elle sophistiquée et établie selon des normes désormais mondialisées, à provoquer une émotion quand la personne qui visite est peu familière des traditions culturelles nationales et qu'elle se trouve privée de tout support textuel. Elle peut alors éprouver « une certaine solitude émotionnelle, face à un vide de sens ».

Face au développement de ces travaux, la chercheuse australienne Andrea Witcomb a entrepris un travail de réflexion

théorique sur une « pédagogie de l'émotion » (« *a pedagogy of feeling* »). L'auteure s'attache à comprendre « comment des formes de connaissances sensorielles et incorporées qui s'expriment elles-mêmes à travers des émotions en réponse aux caractéristiques matérielles, esthétiques et spatiales de l'exposition jouent un rôle dans la production de signification » (Witcomb, 2013 : 256). Elle veut démontrer que l'éventuel engagement du visiteur avec l'expôt fait de l'exposition « une forme de pratique pédagogique critique en soi » (*ibid.*). À travers ses différents travaux, Witcomb (2014, 2015) cherche à identifier un ensemble de stratégies scénographiques porteuses de régimes émotionnels spécifiques, contribuant à former, à orienter et à guider les récits sur notre passé. Son article « Comprendre le rôle de l'affect dans la création d'une pédagogie critique pour les musées d'histoire », paru en 2013 dans *Museum Management and Curatorship*, traduit ici pour la première fois pour les lecteurs francophones, est un point de repère intéressant pour appréhender la place de l'émotion dans l'exposition en la considérant ni comme un simple but ni comme un moyen mobilisé au seul profit d'une expérience enchantée.

L'émotion comme médiation de l'expérience

Longtemps perçue comme une impulsion excessive, incontrôlable et déstabilisatrice faisant obstacle à l'action, l'émotion est aujourd'hui reconsidérée et reconnue comme indispensable à notre pensée, à la planification de nos actes, à la prise de décision. Elle favorise l'attention, l'intérêt, la motivation et la créativité ; elle module activement nos croyances, nos attitudes, nos jugements. En somme, l'émotion fait partie des moyens d'accès au monde dont nous disposons : elle est une médiation de l'expérience. Dans la sphère muséale et patrimoniale, l'enjeu est de situer la place de l'émotion dans la médiation entre visiteurs et exposition. Autour de ce deuxième enjeu, trois tendances de la recherche se dégagent.

Dans la première, l'émotion est considérée comme un événement qui survient et qui permet au visiteur d'être en relation directe avec l'exposition. Du côté du visiteur, elle renvoie à une aptitude à être présent au monde : à l'habiter tel qu'il apparaît, à le toucher, à le goûter, à l'écouter

vraiment. Transformé au cœur de sa subjectivité, celui-ci est emmené dans une aventure vers quelque chose d'inconnu, d'inattendu. Dans une étude sur les émotions ressenties et l'attachement au lieu, Zhora Ghali et Maher Toukabri (2015) soutiennent que les émotions permettent l'immersion en annulant la distance entre le patrimoine et le visiteur. Ces mêmes auteurs signalent également que les émotions éprouvées favoriseraient une proximité, le partage, la relation aux autres, l'identification collective. Dans cette approche, l'apprentissage ne viendrait pas de la compréhension au terme d'un processus rationnel d'interprétation, mais du contact direct du visiteur avec les éléments matériels de l'exposition. Si des nuances existent dans ces approches, il s'agit toujours de faire l'économie de la médiation pour s'ouvrir au maximum au contenu.

Dans une deuxième tendance, l'émotion est considérée comme un facteur ou une variable intermédiaire entre le visiteur et l'exposition. Les chercheurs tentent d'expliquer empiriquement le rôle des émotions dans la relation entre le visiteur et l'exposition, rôle qui peut jouer, par exemple, sur l'engagement (Smith, 2014), sur l'attachement au lieu ou sur la satisfaction (Legrenzi & Troilo, 2005). Selon John H. Falk et Lynn D. Dierking, « tous les visiteurs seront particulièrement enclins à se souvenir des événements qui les ont émotionnellement frappés » (2000 : 176). Les émotions permettent ainsi de mieux comprendre les aspects expérientiels de la visite. Elles favorisent le bien-être, la passion ou l'enthousiasme (Hardt, 1999), l'image positive de soi, le sentiment de valeur personnelle et sociale (Gahli & Toukabri, 2015).

Les émotions sont par ailleurs des médiations entre les visiteurs. Elles ont un rôle social primordial : elles favorisent les échanges, l'engagement communautaire (Munro, 2014). C'est ce que le psychologue Bernard Rimé (2009) nomme le partage social de l'émotion, partage si généralisé que l'on peut même affirmer qu'il fait partie de l'expérience émotionnelle. On notera cependant que des recherches spécifiques sur le partage des émotions entre visiteurs lors de la visite d'une exposition restent très rares.

Dans une troisième tendance, enfin, il s'agit surtout de retenir l'idée d'amélioration. L'émotion intervient comme une

modification de l'expérience de visite : par rapport aux médiations dites « classiques », qui s'appuient sur des dispositifs et des outils d'aide à la visite centrés sur les connaissances (sur le cognitif), elle bouleverse la relation du visiteur à l'exposition. Une autre expérience de visite devient possible, dans laquelle les émotions nous aident à déstabiliser nos représentations, à reconsidérer les connaissances que nous tenions pour acquises, voire notre mode d'existence même. Dans cette approche, l'émotion intervient pour améliorer l'apprentissage ou l'expérience : en ce sens, on peut dire qu'elle est remédiation.

L'émotion trouve donc place dans l'expérience de visite, d'une part parce que la visite génère des émotions chez les visiteurs, émotions que les concepteurs chercheront dès lors à susciter et orienter, d'autre part du fait que les émotions sont parties intégrantes de l'expérience de médiation entre le visiteur et l'exposition, quelle que soit la façon dont cette médiation est pensée.

L'émotion saisie par les médiateurs

Dans les recherches portant sur les émotions dans les expositions, un troisième enjeu concerne la façon dont les professionnels de la médiation perçoivent et mobilisent les émotions, celles des visiteurs, mais aussi les leurs. Les recherches consacrées aux représentations et aux usages de l'émotion que partagent les professionnels de la médiation insistent sur les difficultés d'ordre pratique mais aussi éthique qu'ils rencontrent dans la gestion des émotions. Ainsi, Ealasaid Munro montre que les professionnels ont des points de vue très différents sur l'importance à accorder à l'émotion, et qu'ils sont nombreux à éprouver des difficultés face aux émotions des visiteurs, mais également face à leurs propres émotions. Ils éprouvent parfois la tentation de se retrancher derrière un « masque », de se fermer aux sentiments, en ne laissant paraître qu'un engagement de surface (Munro, 2014). Déplorant un manque de formation, les professionnels déclarent être peu sûrs d'eux-mêmes lorsqu'ils sont confrontés à des situations de tension émotionnelle avec des visiteurs, évoquant même un risque possible d'épuisement professionnel.

Comme tout élément de l'exposition, même le plus anodin,

peut déclencher des émotions inattendues, de nature et d'effet très différents d'un visiteur à l'autre, il est toujours difficile, pour les professionnels, d'anticiper, de contrôler et de gérer le potentiel émotionnel des expôts et, plus globalement, de l'exposition elle-même. Les travaux sur les motivations et les attentes des visiteurs montrent qu'ils sont majoritairement à la recherche de plaisir, de bien-être et d'émotions positives, le désir d'émotions déplaisantes étant plus rare, même si ce dernier peut être pertinent dans certaines situations (Nawijn & Frick, 2015). Cependant, augmenter et prolonger les émotions jugées constructives, jouir des bénéfiques qu'elles apportent, ou, à l'inverse, minimiser ou supprimer les émotions que nous estimons néfastes, est loin d'être évident. Les médiateurs s'avouent parfois impuissants à favoriser certaines émotions ou à en réprimer d'autres.

Dans les musées, les médiateurs cherchent à imaginer pour les visiteurs (idéaux) des parcours émotionnels dont la réception sera optimale. Selon Sandra Sunier, « la difficulté réside dans leur choix et surtout dans la quantité d'émotion à distiller tout au long des salles, en partant du postulat que trop d'émotion tue l'émotion » (2017 : 22). Du côté de la réception de tels parcours, nous savons encore trop peu de choses sur la manière dont les visiteurs éprouvent des émotions générées par les dispositifs scénographiques, quels usages ils en font, comment s'articulent réactions émotionnelles et sens accordé à l'exposition.

Les difficultés auxquelles font face les médiateurs et médiatrices soulèvent par ailleurs des questions d'ordre éthique. Quelles limites poser à l'emploi de dispositifs procédant d'une instrumentalisation des ressentis des publics ? Peut-on accepter que les institutions patrimoniales fassent appel à une mobilisation émotionnelle des visiteurs et déploient des dispositifs qui « travaillent » l'émotion ? Que fait-on subir aux visiteurs lorsqu'on leur propose de revivre l'expérience de violence physique ou mentale dans des dispositifs mimétiques ? Même s'il s'agit en fin de compte d'obtenir des effets thérapeutiques, des changements bénéfiques de comportements ou des formes socialement désirables d'engagement, certains dispositifs créent un parcours expérientiel et émotionnel visant dans une large mesure à « traumatiser » le visiteur (Thiévant, 1999).

Des chercheurs ont depuis longtemps exprimé leur crainte que des lieux de commémoration deviennent des lieux de marchandisation de la souffrance (Lennon & Foley, 2000), des lieux d'attraction « au bord du divertissement de masse » (Handler & Gable, 1997 : 8), décourageant toute perspective critique de la part du public. Dès lors, il s'agit pour les musées, mémoriaux et lieux patrimoniaux de penser la place de l'émotion et les conditions éthiques d'expériences vécues par les visiteurs.

L'émotion dans la conception des expositions

Enfin, un quatrième ensemble de recherches s'attache à saisir la place de l'émotion au niveau de la conception même des expositions. Ces études reconnaissent que les émotions occupent une place centrale, bien que souvent minimisée, au cœur de la production du patrimoine.

Cette perspective ouvre la voie à une approche de l'émotion dans l'expérience non seulement des personnes chargées de la médiation, mais de l'ensemble des professionnels mobilisés dans la conception de l'exposition (chercheurs, experts, conservateurs, commissaires, etc.). Loin d'envisager le travail muséal comme une démarche dépassionnée d'inventaire, d'étude et de classification, dans laquelle les émotions sont évacuées, il s'agit ici de redonner à l'émotion la place qu'elle y tient, et d'abord chez les professionnels eux-mêmes (Rana *et al.*, 2018).

Cette approche nouvelle a pour objectif de repenser la façon dont les musées s'engagent envers la collectivité. Par un retour réflexif, elle tient compte des « fabricants » professionnels du patrimoine au même titre que des autres membres de la collectivité, et prend appui sur une reconnaissance de leur implication émotionnelle dans la création du patrimoine. Le patrimoine est ici compris comme l'héritage d'émotions dissidentes qui se confrontent (*ibid.* : 977). Inclure des émotions divergentes dans la fabrique du patrimoine, tenir compte non seulement d'affinités mais aussi de dégoûts et de rejets permet de faire émerger des visions non consensuelles du patrimoine, propices à révéler et à promouvoir des récits alternatifs sur le présent et le futur.

Mieux, certains auteurs considèrent l'émotion elle-même comme une forme de patrimoine (Balkenhol, 2016). Pour Annemarie de Wildt, par exemple, « le patrimoine ne comprend pas seulement les sites, les objets et les pratiques, mais aussi les émotions. En fait, les émotions y sont centrales » (2018 : 80). Reconnaître les émotions comme élément du patrimoine « pourrait aider certaines personnes à admettre que non seulement les choses du patrimoine, mais aussi les sentiments à propos de ceux-ci peuvent être hérités » (Rana *et al.*, 2018 : 984). Une telle approche induirait en premier lieu l'apaisement de mémoires traumatiques héritées, dans la lignée des recherches sur la post-mémoire (Hirsch, 1997). En second lieu, elle « permettrait de consacrer des recherches à la façon dont les émotions persistent, se transforment et sont transmises, de même que les autres composantes du patrimoine » (Rana *et al.*, 2018 : 984). Elle contribuerait par là à élargir et à enrichir la sphère des recherches sur le patrimoine.

Cette approche se développe dans un contexte marqué par une transformation des représentations du musée et des motivations des visiteurs. D'un côté, le musée tend à être considéré comme un espace social chargé plutôt que neutre (Message, 2009, 2018) : moins un lieu d'apprentissage qu'un lieu d'engagement. De l'autre, on reconnaît que les visiteurs, émotionnellement matures, ne se contentent pas de recevoir et de ressentir (passivement) des émotions au musée, mais y gèrent et y explorent activement leurs émotions (Smith & Campbell, 2016).

C'est parce que le musée, « véritable metteur en scène de nos tensions existentielles », reste un lieu sans danger, au sein duquel « le vécu passionnel se convertit en histoire passionnante » (Sunier, 2017 : 28), qu'il constitue un espace propice à l'exploration de perspectives inattendues et audacieuses sur le monde social. Quand « les visiteurs interagissent avec [ceux] qui éprouvent des émotions divergentes [...] plutôt que de partager des émotions au sein d'une communauté homogène », les expositions recourant aux stratégies muséographiques affectives « cause[nt] des déplacements émotionnels et idéologiques » (De Wildt, 2018 : 81). Dans cette approche, le musée assure que « les histoires sur le passé ne sont pas des pures inventions politiques mais un ensemble de puissantes

connexions émotionnelles et affectives qui tentent de nous donner une place dans le monde, de nous dire qui “nous” sommes, et d’où “nous” venons, et qui littéralement “signifient” quelque chose » (Munroe, 2017 : 115).

Organisation du dossier

L’émotion dans l’exposition a donc été analysée d’abord dans l’expérience des visiteurs et au sein de dispositifs scénographiques, puis sa place a été ensuite discutée dans l’opération de médiation entre visiteurs et contenus. Une troisième étape a conduit à examiner de façon plus spécifique comment les personnes en charge des activités de médiation mobilisent, gèrent et régulent leurs propres émotions et celles des visiteurs. Enfin, les émotions ont été reconnues comme indissociables du travail de production patrimoniale : elles traversent intégralement le travail de conception de l’exposition. Parfois conçues comme une forme de patrimoine en elles-mêmes, les émotions peuvent alors être l’objet de négociations et d’appropriations diverses par les visiteurs, au sein d’un musée (re)considéré comme une arène émotionnelle de débat.

Les quatre articles présentés dans le dossier renvoient à ces quatre enjeux principaux. Isabelle Brianso examine, à propos de l’exposition *Cités millénaires. Voyage virtuel de Palmyre à Mossoul* (Institut du monde arabe, 2018), quels dispositifs scénographiques peuvent susciter chez les visiteurs des émotions envers des monuments « violentés » et dans quelle mesure ces émotions sont en mesure d’affermir un lien d’attachement patrimonial avec des vestiges architecturaux. Se plaçant du côté de l’expérience du visiteur, elle montre que l’émotion peut d’abord être reconnue comme une composante incontournable de la visite, voire, dans un contexte valorisant la visite comme expérience, comme un bénéfice ultime de l’expérience de visite. Elle détaille le fonctionnement de divers mécanismes scéniques à l’œuvre (images 3D, témoignages de diverses catégories d’acteurs) dans le déclenchement des émotions chez le public. Elle révèle comment la mobilisation de ces émotions inscrites dans le dispositif scénographique contribue, ou non, à la fabrique du patrimoine, par où les

monuments violentés deviennent des symboles partagés en Occident.

Léa Maroufin propose une étude de la façon dont les émotions sont mobilisées comme des ressources non seulement par les visiteurs, mais aussi par les médiateurs pour négocier les conditions et le sens d'une visite. Les contraintes fortes du cadre des visites guidées de la Grotte Chauvet 2 (physiquement, dans sa durée, dans les possibilités d'interaction entre visiteurs) font d'autant plus ressortir la façon dont les expressions émotionnelles permettent de médiatiser l'expérience de visite. Pour ce faire, l'auteure déploie une méthodologie ethnographique et mobilise un cadre théorique interactionniste dans lequel les émotions sont conçues comme émanations collectives et interprétations individuelles, « les niveaux individuel et collectif se conditionn[ant] l'un l'autre ». C'est en mobilisant « une approche couplée de ces deux niveaux qu'une étude de la réception peut s'approcher des effets des phénomènes affectifs sur l'expérience de visite ». Son analyse met ainsi en relief en quoi les émotions constituent pour les visiteurs, comme pour les guides, les instruments d'un engagement avec les contenus comme avec les autres visiteurs pour construire des significations.

Julie Deramond et Nolwenn Pianezza s'intéressent ensuite aux représentations et aux perceptions que les professionnels de la médiation se font de l'émotion. Abordant le cas des visites olfactives dans les musées d'art, elles questionnent la faculté des émotions à constituer un matériau pour l'activité de médiation et détaillent les façons dont différents médiateurs les abordent et les mobilisent pour construire et transmettre leurs messages. L'émotion est dans l'ensemble perçue de façon positive, en vertu de « sa contribution à "la réalisation des fonctions muséales" (Sander & Varone, 2011 : 26) ». Leurs entretiens avec les médiateurs livrent une large palette de représentations de la nature et des potentialités des émotions. Elles vont d'une perception, finalement classique, de l'émotion comme im-médiation, où le ressenti donnerait un accès direct au sens, par une sorte d'épiphanie esthétique, à l'idée d'une mobilisation plus fine des émotions, où l'on cherche à générer de la « sensibilité » à partir de dispositifs « sensibles » (sensitifs, sensoriels). Cette exploration des

représentations des médiateurs permet de relever les incertitudes qui subsistent à leurs yeux quant à l'efficacité des stratégies. Si l'on n'atteint pas à ce stade de véritables dilemmes éthiques, l'émotion apparaît bien comme une variable incontournable de l'activité de médiation, dont les médiateurs doivent gérer la mobilisation et la régulation. Sa nature « tout à la fois personnelle et sociale » la rend d'ailleurs peu maîtrisable. Il n'est pas rare qu'elle modifie de façon imprévue le déroulement des échanges, « sans que cela n'ait été prévu ou anticipé par les guides [car] [...] elle produit de l'échange ou l'intensifie ». L'étude permet en outre d'établir le lien avec les transformations du champ muséal. Si le musée accorde une valeur communicationnelle croissante à l'émotion comme pure promesse de la visite, celle-ci peut aussi s'avérer favorable à son affirmation comme espace public de discussion.

Enfin, Véronique Dassié aborde l'émotion comme la matière même du patrimoine. Dans une étude sur la conception d'expositions consacrées aux mémoires des migrations, l'auteure montre comment le travail muséal de production du patrimoine implique nécessairement les émotions. Elle revient sur « le processus de mise en visibilité des émotions » qui a accompagné la collecte participative de l'exposition *Mémoires voyageuses*. Elle restitue par une méthode ethnographique le processus d'extraction de l'émotion inscrite dans les choses auxquelles se livrent les professionnels du patrimoine (au premier rang desquels l'ethnologue elle-même). Elle décrit sa métamorphose dans des dispositifs scénographiques propres à la restituer, par des procédés sensibles, aux visiteurs. Dans ce processus, le rapport entre l'émotion et les objets est éminemment paradoxal, puisque « leur sélection passe par leur conversion en objets ethnographiques dépourvus d'émotions alors que leur exposition suppose leur aptitude à toucher le visiteur ». Il s'agit de rendre compte d'une relation dialectique entre émotion et objet matériel, où l'enjeu principal consiste à préserver l'intensité émotionnelle jusque dans la mise en exposition. De plus, le processus engage « un partage du contrôle de la représentation dans l'exposition qui nourrit une forme d'*empowerment* patrimonial ». Ainsi, la prise en compte de l'émotion conduit à repenser la distribution des savoirs, et donc les relations de pouvoir constitutives de l'institution muséale.

Ce sont ainsi les principales dimensions du travail muséal et patrimonial que l'émotion vient affecter à la faveur du tournant émotionnel. Si l'objectif principal en proposant ce numéro était d'effectuer un repérage des transformations théoriques et pratiques qui découlent de ce tournant, nous espérons que ce dossier pourra contribuer à nourrir la conversation sur un phénomène qui reste encore largement à explorer.

Bibliographie

Arnold - de Simine (Silke). 2013. *Mediating Memory in the Museum. Trauma, Empathy, Nostalgia*. Basingstoke : Palgrave Macmillan (Memory Studies).

Balkenhol (Markus). 2016. « Silence and the politics of compassion: commemorating slavery in the Netherlands ». *Social Anthropology*, 24(3), p. 278-293.

Ballantyne (Roy) & Uzzell (David). 2011. « Looking back and looking forward: the rise of the visitor-centered museum ». *Curator: The Museum Journal*, 54(1), p. 85-92.

Ballantyne (Roy), Pacer (Jan) & Bond (Nigel). 2012. « Interpreting shared and contested histories: the *broken links* exhibition ». *Curator: The Museum Journal*, 55(2), p. 153-166.

Bennett (Katy). 2013. « Emotion and place promotion: passionate about a former coalfield ». *Emotion, Space and Society*, 8, p. 1-10.

Bonnell (Jennifer) & Simon (Roger I.). 2007. « "Difficult" exhibitions and intimate encounters ». *Museum and Society*, 5(2), p. 65-85.

Chevalier (Dominique) & Lefort (Isabelle). 2016. « Le touriste, l'émotion et la mémoire douloureuse ». *Carnets de géographes* [en ligne], 9 : <http://journals.openedition.org/cdg/644> [consulté le 24 août 2020] ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cdg.644>.

Crang (Mike) & Tolia-Kelly (Divya P.). 2010. « Nation, race, and affect: senses and sensibilities at national heritage sites ». *Environment and Planning A: Economy and Space*, 42(10), p. 2315-2331. DOI : <https://doi.org/10.1068/a4346>.

De Wildt (Annemarie). 2018. « The city museum as an empathic space ». *Museum International*, 70(3-4), p. 72-83. DOI : <https://doi.org/10.1111/muse.12211>.

Eidelman (Jacqueline), Gottesdiener (Hanna) & Le Marec (Joëlle). 2013. « Visiter les musées : expérience, appropriation, participation ». *Culture & Musées*, hors-série, p. 73-113.

Falk (John H.) & Dierking (Lynn D.). 2000. *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*. Lanham : Rowman & Littlefield.

Ghali (Zhora) & Toukabri (Maher). 2015. « Émotions ressenties et attachement

au lieu de loisir : rôle médiateur de l'immersion dans l'expérience de consommation ». *La Revue des sciences de gestion*, 272, p. 95-108, en ligne : <https://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2015-2-page-95.htm> [consulté le 24 août 2020] ; DOI : 10.3917/rsg.272.0095.

Gregory (Kate) & Witcomb (Andrea). 2007. « The role of affect in generating historical understanding at heritage sites », p. 263-275 in *Museum Revolution: How Museums Change and Are Changed* / sous la direction de Simon Knell, Susan Macleod et Sheila Watson. Londres : Routledge.

Hardt (Michael). 1999. « Affective labor ». *Boundary 2*, 26(2), p. 89-100, en ligne : <https://www.sv.uio.no/sai/english/research/projects/anthropos-and-the-material/Intranet/economic-practices/reading-group/texts/hardt-affective-labor.pdf> [consulté le 24 août 2020].

Handler (Richard) & Gable (Eric). 1997. *The New History of an Old Museum. Creating the Past at Colonial Williamsburg*. Durham : Duke University Press.

Hirsch (Marianne). 1997. *Family Frames: Photography, Narrative and Postmemory*. Cambridge (MA) : Harvard University Press.

Horn (Barbara). 2006. « Obstacles et éléments moteurs : pour la constitution d'un public au Musée de l'immigration à Melbourne en Australie ». *Museum International*, 231, p. 83-91.

Jennings (Gretchen), Cullen (Jim), Bryant (Janeen), Bryant-Greenwell (Kayleigh), Mann (Stacey), Hove (Charlette) & Zepeda (Nayeli). 2019. « The empathetic museum: a new institutional identity ». *Curator: The Museum Journal*, 62(4), p. 505-526, en ligne : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/cura.12335> [consulté le 24 août 2020] ; DOI : <https://doi.org/10.1111/cura.12335>.

Lennon (John) & Foley (Malcolm). 2000. *Dark Tourism. The Attraction of Death and Disaster*. Londres, New York : Thomson.

Legrenzi (Laura) & Troilo (Gabriele). 2005. « The impact of exhibit arrangement on visitors' emotions: a study at the Victoria & Albert Museum ». Intervention à la 8th International Conference on Arts and Cultural Management, International Association of Arts and Cultural Management (AIMAC), HEC Montréal (Canada), en ligne : http://neumann.hec.ca/aimac2005/PDF_Text/LegrenziL_TroiloG.pdf [consulté le 24 août 2020].

MacDonald (Sharon). 2008. *Difficult Heritage: Negotiating the Nazi Past in Nuremberg and Beyond*. Londres, New York : Routledge.

Message (Kylie). 2009. « Multiplying sites of sovereignty through Community and Constituent Services at the National Museum of the American Indian? ». *Museum and Society*, 7(1), p. 50-67.

Message (Kylie). 2018. *The Disobedient Museum: Writing at the Edge*. Oxford, New York : Routledge.

Munro (Ealasaid). 2014. « Doing emotion work in museums: reconceptualising the role of community engagement practitioners ». *Museum and Society*, 12(1), p. 44-60.

Munroe (Leanne). 2017. « Constructing affective narratives in transatlantic slavery museums in the UK », p. 114-132 in *Heritage, Affect and Emotion*.

Politics, Practices and Infrastructures / sous la direction de Divya P.Tolia-Kelly, Emma Waterton et Steve Watson. New York : Routledge.

Nawjin (Jeroen) & Fricke (Marie-Christin). 2015. « Visitor emotions and behavioral intentions: the case of concentration camp memorial Neuengamme ». *International Journal of Tourism Research*, 17(3), p. 221-228. DOI : <https://doi.org/10.1002/jtr.1977>.

Poli (Marie-Sylvie). 2019. « Exposer les sujets sensibles : comment et pour qui ». *La Lettre de l'OCIM*, 183, p. 10-17, en ligne : <http://journals.openedition.org/ocim/2435> [consulté le 24 août 2020] ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ocim.243>.

Pomian (Krzysztof). 2013. « Musées d'histoire : émotions, connaissances, idéologies ». *Le Débat*, 177, p. 47-58.

Rana (Jasmijn), Willemsen (Marlous) & Dibbits (Hester C.). 2017. « Moved by the tears of others: emotion networking in the heritage sphere ». *International Journal of Heritage Studies*, 23(10), p. 977-988, en ligne : https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/55797/Moved_by_the_tears_of_others.pdf?sequence=1 [consulté le 24 août 2020] ; DOI : <https://doi.org/10.1080/13527258.2017.1362581>.

Rimé (Bernard). 2009. *Le Partage social des émotions*. Paris : PUF DOI : 10.3917/puf.mosco.2009.01.

Sander (David) & Varone (Carole). 2011. « L'émotion a sa place dans toutes les expositions ». *La Lettre de l'OCIM*, 134, mars-avril, p. 22-28, en ligne : http://doc.ocim.fr/opac_css/doc_num.php?explnum_id=962 [consulté le 24 août 2020] ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ocim.840>.

Savenije (Geerte M.) & De Bruijn (Pieter). 2017. « Historical empathy in a museum: uniting contextualisation and emotional engagement ». *International Journal of Heritage Studies*, 23(9), p. 832-845, en ligne : <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13527258.2017.1339108> [consulté le 24 août 2020] ; DOI : <https://doi.org/10.1080/13527258.2017.1339108>.

Sennett (Richard). 2014. *Ensemble. Pour une éthique de la coopération*. Traduit de l'anglais par Pierre-Emmanuel Dauzat. Paris : Albin Michel [1^{re} édition en langue originale : 2012. *Together. The Rituals, Pleasures and Politics of Cooperation*. New Haven : Yale University Press].

Smith (Laurajane). 2006. *Uses of Heritage*. New York, Londres : Routledge. DOI : <https://doi.org/10.4324/9780203602263>.

Smith (Laurajane). 2014. « Visitor emotion, affect and registers of engagement at museums and heritage sites ». *Conservation Science in Cultural Heritage*, 14(2), p. 125-132, en ligne : <https://conservation-science.unibo.it/article/view/5447/5160> [consulté le 24 août 2020] ; DOI : <https://doi.org/10.6092/issn.1973-9494/5447>.

Smith (Laurajane) & Campbell (Gary). 2016. « The elephant in the room: heritage, affect and emotion », p. 443-460 in *A Companion to Heritage Studies* / sous la direction de William Logan, Máiréad Nic Craith et Ullrich Kockel. Chichester : Wiley-Blackwell.

Sunier (Sandra). 2017. « L'émotion au service de la narration. Réflexions sur les expositions du Musée international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge ». *Musées*, 33, « Récits et dialogues au musée », p. 20-28.

Thiévant (Sophie). 1999. « *Un voyage pas comme les autres. Sur les chemins de l'exil.* » *Analyse des pratiques du public et du fonctionnement de l'exposition*. Étude réalisée pour le Parc de la Villette, juin 1999. Toulouse : Sophie Thiévant, Études d'ethnologie appliquée, en ligne : <https://www.yumpu.com/fr/document/view/17588797/consulter-letude-pdf-338ko-parc-de-la-villette> [consulté le 24 août 2020].

Tilden (Freeman). 2009 [4^e édition]. *Interpreting our Heritage: Principles and Practices for Visitor Services in Parks, Museums, and Historic Places* [1957]. Chapel Hill : The University of North Carolina Press.

Tolia-Kelly (Divya P.), Waterton (Emma) & Watson (Steve) (dir.). 2017. *Heritage, Affect and Emotion. Politics, Practices and Infrastructures*. Londres : Routledge.

Waterton (Emma) & Dittmer (Jason). 2014. « The museum as assemblage: bringing forth affect at the Australian War Memorial ». *Museum Management and Curatorship*, 29(2), p. 122-139.

Watson (Sheila). 2015. « Emotions in the history museum », p. 283- 301 in *The International Handbooks of Museum Studies*. Vol. 1 *Museum Theory* / sous la direction de Sharon Macdonald et Helen Rees Healy. Chichester : Wiley Blackwell.

Watson (Sheila). 2016. « Why do emotions matter in museums and heritage sites? », p. 75-91 in *Sensitive Pasts: Questioning Heritage in Education* / sous la direction de Carla van Boxtel, Maria Grever et Stephan Klein. New York, Oxford : Berghahn Books.

Wetherell (Margaret), Smith (Laurajane) & Campbell (Gary). 2018. « Introduction. Affective Heritage Practices », p. 1-22 in *Emotion, Affective Practices and the Past in the Present* / sous la direction de Laurajane Smith, Margaret Wetherell et Gary Campbell. Londres, New York : Routledge.

Witcomb (Andrea). 2013. « Understanding the role of affect in producing a critical pedagogy for history museums ». *Museum Management and Curatorship*, 28(3), p. 255-271.

Witcomb (Andrea). 2014. « "Look, listen and feel": the *First Peoples* exhibition at the Bunjilaka Gallery, Melbourne Museum » / « "Regardez, écoutez, ressentez" : l'exposition *First Peoples* au Centre culturel Bunjilaka, Musée de Melbourne ». *Thema. La revue des musées de la civilisation* [en ligne], 1, p. 49-62 / 63-77 : <https://thema.mcq.org/index.php/Thema/issue/view/4> [consulté le 24 août 2020].

Witcomb (Andrea). 2015. « Toward a pedagogy of feeling: understanding how museums create a space for cross-cultural encounters », p. 321-344 in *The International Handbooks of Museum Studies*. Vol. 1 *Museum Theory* / sous la direction de Sharon Macdonald et Helen Rees Healy. Chichester : Wiley Blackwell.

Auteur·e·s

Gaëlle Crenn, Université de Lorraine, Centre de recherche sur les médiations (CREM)

Gaëlle Crenn est maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Lorraine, membre du Centre de recherche sur les médiations (CREM). Ses travaux portent sur les processus de patrimonialisation et les transformations contemporaines des musées de sciences et sociétés. Elle travaille notamment sur les représentations de l'altérité dans les musées d'anthropologie en Europe et dans le Pacifique. Parmi ses publications récentes, on peut citer : « Quel "dialogue des cultures" ? Les approches de la médiation au Musée du Quai-Branly » dans le n° 52 d'*Études de communication* en 2019 ; « Les territoires du crowdfunding muséal. Attachement patrimonial et rapports au territoire dans les opérations de crowdfunding muséal en France » dans l'ouvrage coédité par Loïc Ballarini, Stéphane Costantini, Marc Kaiser, Jacob Matthews et Vincent Rouzé, *Financement participatif. Les nouveaux territoires du capitalisme* (Éditions universitaires de Lorraine, 2019) ; « Dynamiques de (contre-)monumentalisation dans la politique mémorielle nord-américaine : les mémoriaux aux vétérans du Vietnam et aux vétérans de la Corée à Washington D.C. » dans *Monuments, (démon)monumentalisation : approches sémiotiques*, actes du colloque des 22-23 novembre 2018 à Bordeaux, sous la direction de Anne Beyaert-Geslin, Ludovic Chatenet et Françoise Okala (Presses universitaires de Limoges et du Limousin, 2020).

Courriel : [gaelle.crenn\[at\]univ-lorraine.fr](mailto:gaelle.crenn[at]univ-lorraine.fr)

Jean-Christophe Vilatte, Avignon Université, Laboratoire Culture et Communication

Jean-Christophe Vilatte est maître de conférences en sciences de l'éducation à l'Université de Lorraine, membre du laboratoire Culture et Communication (EA 7542) de l'Université d'Avignon. Ses recherches couvrent un large éventail de sujets : les publics de la culture et principalement les publics des expositions muséales ; les pratiques artistiques et culturelles ; les outils de médiation dans le cadre des musées ; et, depuis quelques années, le musée et le numérique. Il a publié différents articles, chapitres d'ouvrage et ouvrages, et a coordonné des numéros de revues. Il fait de nombreuses expertises pour les institutions culturelles et anime régulièrement des formations auprès des médiateurs de musée. Parmi ses publications récentes, on peut citer les articles écrits avec Céline Schall : « Analyser les effets de la médiation avec un guide ou avec une tablette numérique sur l'expérience de visite d'une exposition » dans l'ouvrage dirigé par Marie-Sylvie Poli, *Chercheurs à l'écoute : Méthodes qualitatives pour saisir les effets d'une expérience culturelle* (Presse de l'Université du

Québec, à paraître) ; « Facebook et les musées : quelles promesses pour quelles pratiques ? », dans la *Revue des interactions humaines médiatisées*, n° 17(1) en 2016. Jean-Christophe Vilatte a également publié, avec Frédéric Gimello-Mesplomb, « Les recherches sur les publics en sciences de l'information et de la communication » dans le n° 7 de la *Revue française des sciences de l'information et de la communication* en 2015.

Courriel : jean-christophe.vilatte[at]univ-lorraine.fr