

Sophie MARIANI-ROUSSET

## « ESPACE PUBLIC ET PUBLICS D'EXPOSITIONS. LES PARCOURS : UNE AFFAIRE A SUIVRE »

in *Espace urbain en méthodes* (pp. 29–44), Michèle Grosjean et J-P Thibaud dir., éd. Parenthèses, coll. Eupalinos, Marseille, 220 p.

La vocation des expositions est de présenter, *réunies*, des pièces que le public ne pourrait voir sinon. Depuis quelques années, les espaces muséaux (et d'expositions en général) présentent au public des objets "mis en scène", et ceci quelle que soit la nature de l'exposition (artistique, scientifique, commerciale, historique, etc.). Des évaluateurs travaillent sur les résultats obtenus : il importe de savoir comment amener le public à une compréhension de l'exposition. De quelle manière ledit public l'aborde-t-il ? Perçoit-il ce qui est mis à sa disposition ? Il s'agira dans cet article de comprendre comment l'homme s'approprie l'espace.

Déployer des objets dans l'espace implique un déploiement dans le temps : celui de la visite. Notre postulat est que l'appropriation du contenu de l'exposition se concrétise dans l'appropriation de l'espace. Et qui dit appropriation de l'espace dit *parcours* de visiteurs.

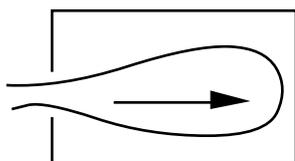
### ***1 - Délimitation du cadre***

Le cadre de l'exposition concerne l'espace présent, l'exposition présentée, et la déambulation des visiteurs.

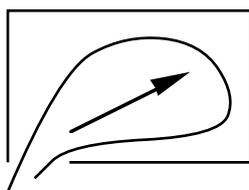
#### **1.1 - L'espace de l'exposition**

La visite d'une exposition implique un besoin de mouvement. Les visiteurs se meuvent dans une surface précise, mais qui n'est pas toujours connue d'eux à l'avance. L'espace présenté au public doit éviter la lassitude, le découragement. En revanche, l'espace et le chemin proposé doivent privilégier les alternances et coupures rythmiques, les articulations aux points forts de l'exposition. On peut favoriser les "circuits obligatoires", à condition qu'ils soient le plus discret possible [Lehmbruck, 1974].

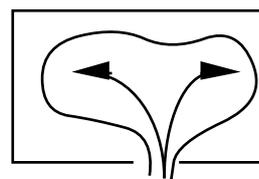
Suite aux travaux de Robinson et Melton, dans les années 20 et 30, on sait que : les visiteurs ont tendance à tourner à droite en entrant dans une salle dont l'environnement ne favorise aucun côté particulier ; sont attirés vers le fond d'une salle lorsqu'ils arrivent de face ; sont attirés vers la droite lorsque l'entrée est à gauche ; sont dans l'impossibilité de se décider rapidement si l'entrée offre de manière égale le choix d'aller à droite ou à gauche.



Visiteurs attirés vers le fond de la salle



Visiteurs attirés vers la droite



Visiteurs arrêtés par la difficulté à prendre une décision

Quel que soit l'espace proposé, le visiteur a tendance à aller au plus court (tout voir en un temps minimum) : un coup d'oeil sur ce qui l'entoure le rassure et évite la fatigue, alors que des recoins l'attirent, mais l'obligent à un plus gros effort [Melton, 1935].

Pour aborder méthodologiquement les parcours d'expositions, il faut avant tout détailler chacun des éléments formant le contexte de l'exposition (chemins, sols, murs ou cloisons dans leurs formes et couleurs, chaleur, éclairage, etc.).

## 1.2 - Le corps dans l'espace : l'appropriation du visiteur

L'organisateur cherche avant tout à animer l'espace vide et à ordonner les objets, de manière à ce que le visiteur puisse en saisir l'essentiel avec un minimum d'efforts de l'esprit et des sens. Malgré tout, la visite d'une exposition sollicite beaucoup. Physiquement d'une part, intellectuellement d'autre part. C'est pourquoi la notion de parcours muséologique est si importante : la visite doit être rythmée mais laisser aux visiteurs le choix de leur trajet. Les visiteurs sont capables de s'accrocher au moindre "incident" de parcours ; ils ont besoin de trouver ce qui peut soutenir ou relancer leur attention. Le visiteur cherche généralement à "échapper" à ce qu'on a prévu pour lui - avec d'autant plus de plaisir qu'un cadre est présent. C'est pourquoi une exposition réservant des recoins, objets cachés, etc., malgré un cadre apparemment très structuré, sera appréciée.

L'homme est lui-même un repère dans l'espace et l'espace se structure de par sa présence. Dans une exposition le visiteur ne fait pas partie des objets d'expositions, mais y "participe". Quel que soit l'espace qui lui est proposé *et l'intention des concepteurs* quant à son parcours - tant intellectuel que physique -, le visiteur s'adapte, ne serait-ce que par le fait qu'il bouge, avance dans l'exposition. Toutefois, il se déplace dans un espace inconnu : ce ne sera pas forcément comme l'a prévu le concepteur [Barbier-Bouvet 1983; Davallon, 1986]. Plusieurs lectures sont ainsi possibles à partir d'une même exposition [Gottesdiener, 1987]. La faculté de se repérer dans un lieu implique un gain précieux de temps et d'énergie. Tout doit être fait pour ne pas entraver la libre décision du visiteur, et pour qu'il puisse se repérer quand il le désire. En aucun cas l'exposition ne doit devenir un lieu sans repères. Lorsque l'on entre dans un lieu inconnu, on ne sait pas quelle distance sera à parcourir. On note ici l'importance de *l'orientation*. Le visiteur n'est pas immobile : l'espace est fait pour être investi. L'objet exposé est fixe, mais il n'existe pas de "fixité de l'espace" - c'est le corps du visiteur qui virevolte autour.

### 1.3 - Les parcours

Le concept-même de parcours n'est pas facile à définir, de part sa polysémie. Le sens commun donne diverses acceptations, montrant la complexité de ce terme (chemin, circuit, itinéraire, trajet, cheminement, traite, course, traversée, étape, etc.). Cela nous montre que *le parcours est à la fois un lieu et un acte* - acte se réalisant (fait concret, dans l'espace et le temps) ou non (parcours imaginé à partir d'un point fixe, en fonction du lieu réel). Le parcours est à la croisée des chemins entre le visiteur et le concepteur : *c'est l'utilisation par l'un de l'espace organisé par l'autre.*

Pour certains chercheurs, le parcours représente le mouvement du corps, le déplacement dans l'espace. Pour d'autres, il est décrit comme une interaction conception / visite, le parcours étant à prendre en compte en fonction du contexte. Le parcours représente "l'exposition en temps réel" [Davallon, 1983]. Visiter implique une succession d'actes : "marcher, fixer son regard, voir, lire, s'éloigner, comparer, se souvenir, discuter, etc." [Davallon, 1986]. Avec le parcours, le simple fait de se déplacer commence à posséder du sens [Davallon, 1991; Mariani, 1992, 1993].

Pour Jean Davallon, l'exposition existe à trois niveaux : la conception, la mise en exposition et la visite [Davallon, 1988(b)]. Nous pouvons établir un parallèle avec les parcours. L'on passe alors de trois phases d'exposition à trois niveaux de parcours. Ces trois étapes - permettant de couvrir l'ensemble des parcours d'une exposition - sont les suivantes [Mariani, 1990, 1992, 1993] :

- 1 - Le **parcours pensé**, prévu avant même le montage de l'exposition : l'intellectualisation de l'étalement des unités de présentation et du message dans l'espace.
- 2 - Le(s) **parcours proposé(s)** : le(s) chemin(s) - toutes les possibilités de visite offertes aux visiteurs (qui ne correspond pas forcément à celui prévu au départ par les concepteurs, ni celui que les concepteurs pensent avoir réalisé).
- 3 - Le **parcours vécu** : le cheminement - ce que les visiteurs ont fait de l'espace, que celui-ci ait été utilisé comme prévu ou non - et confrontation d'avec les objectifs des concepteurs.

Les parcours sont étudiés dans la totalité de leur acceptation afin de parvenir à comprendre le passage entre chaque étape, mais également de connaître la reconstruction faite par les visiteurs (via l'appropriation de l'espace et la démarche intellectuelle) de l'objectif déclaré.

La manière d'agir du visiteur apporte des informations sur la relation qu'il entretient avec l'espace environnant - ainsi que sur le travail du concepteur, la "mise en espace" définissant tout un réseau de parcours possibles. Le corps du visiteur est ici pris en compte en tant que *producteur* de sens. Le sens émane de l'interprétation des éléments les uns par les autres

[Davallon, 1986]. Mais il ne s'agit pas seulement de procéder à l'observation de la reconstruction des objectifs des concepteurs : il faut étudier comment il y a *construction* de sens, au travers des parcours - celle-ci permettant d'approcher l'inintentionnalité des concepteurs ou pour le moins la production des effets de sens. Le sens accordé à l'exposition sera différent pour chaque visiteur.

L'étude des parcours peut permettre de repérer les points sensibles ou primordiaux d'une exposition. La mise en espace fait que le visiteur se dirigera plutôt vers telle ou telle partie de l'exposition (ou vers un objet précis). D'où des zones totalement non-visitées, ou au contraire littéralement investies. Un autre intérêt réside dans le fait que l'on obtient des informations dont le visiteur n'a pas conscience : ennui et fatigue, par exemple, peuvent ainsi être repérés. La fatigue est-elle due à la visite, propre à chacun des visiteurs, ou bien un endroit précis dans l'exposition sert-il de catalyseur ?

Avant de présenter notre méthode et son application sur un terrain, il est important d'aborder les différentes études ayant approché les parcours.

## ***2 - Bibliographie concernant les parcours***

Des mouvements se sont créés quant à l'évaluation des lieux publics. Seront proposées ici certaines évaluations d'exposition, ainsi que les travaux réalisés sur d'autres espaces.

### **2.1 - Les évaluations d'expositions**

Deux grands moments ont marqué l'histoire des évaluations d'exposition.

#### *2.1.1 - Des premières études aux années 80*

En 1924, lors d'une réunion annuelle de l'American Association of Museums, il est dit que les conservateurs ne sont pas qualifiés pour étudier de manière scientifique le "visiteur de musée". L'Association décide alors d'entreprendre une série d'enquêtes dans quatre Musées d'Art (de tailles différentes) menées par Robinson, psychologue de l'Université de Yale. Ces études [Robinson, 1928] portent sur l'observation des visiteurs (aucun entretien n'est réalisé). Le concept de base que Robinson cherche à paramétrer est l'intérêt des visiteurs. Il tente de découvrir un "visiteur moyen". Des observateurs, munis d'un chronomètre, sont postés discrètement dans les diverses galeries des quatre musées étudiés. Quatre paramètres sont définis et notés pour l'évaluation du comportement : le temps total de visite, le nombre de galeries visitées, le nombre d'oeuvres regardées dans chaque galerie, et le nombre d'arrêts devant chaque oeuvre. Est également noté l'environnement de l'oeuvre : qu'est-ce qui attire le plus, expliquant les temps d'arrêt élevés (une oeuvre, un ensemble, une disposition particulière, la lumière, etc.) ? Les résultats de Robinson concernent la place des oeuvres et la durée de visite liée à la salle d'exposition, mais évoquent également des problèmes d'orientation et de circulation. Ainsi, le temps d'arrêt varie avec le nombre d'oeuvres présentes (court quand il y a beaucoup d'oeuvres, et réciproquement) ; on note davantage d'arrêts dans les petites salles. En ce

qui concerne "l'environnement de l'oeuvre", on constate que c'est l'oeuvre seule et isolée qui retient le plus.

Melton déduit de son enquête certaines constantes, toujours observables <sup>(1)</sup>, et notamment que : 82% des visiteurs tournent "naturellement" à droite en entrant dans une pièce <sup>(2)</sup> ; 85% des gens longent les murs ; les objets placés à gauche de l'entrée retiennent moins l'attention que ceux exposés à droite ; les objets posés le long du trajet estimé le plus court reçoivent le plus d'attention ; si une sortie est dans le mur de droite, 60% des gens s'en vont sans même voir la salle [Melton, 1935].

Dès la fin des années 30, on assiste donc à cette nouvelle approche : l'observation de l'exposition via celle du visiteur. Les éléments composant une exposition (éclairage, son, étiquettes, etc.) sont étudiés en rapport de la réaction du visiteur durant sa visite. L'exposition doit servir le message qu'elle véhicule : dorénavant, l'objet est au service du message et non l'inverse. La mise en espace prend toute son importance : on sait dès lors qu'elle permet la compréhension du message proposé. Jusqu'aux années 80, on assiste à des essais expérimentaux. On demande par exemple aux visiteurs de retracer leur parcours dans le musée à l'aide d'un plan. Les parcours ne sont donc pas observés mais recréés par les visiteurs eux-mêmes. Ou encore on filme le parcours d'une personne, puis (lors du visionnement) on lui demande de faire une description verbale de son comportement durant la visite.

### 2.1.2 - Véron et Levasseur : *ethnographie d'une exposition*

En 1983, Véron et Levasseur étudient, au Centre Pompidou, une exposition photographique concernant "Les vacances en France" [Véron et Levasseur, 1983]. Après "une analyse de la logique conceptuelle et une analyse sémiotique" <sup>(3)</sup> de l'exposition (discours et mise en espace ; étalement des objets "projetés dans un espace organisé"), ils procèdent à l'observation systématique des comportements des visiteurs (grâce à l'utilisation d'un système vidéo) pendant plusieurs semaines. Ces observations conduisent à des tracés de parcours, ainsi qu'à une grille d'entretiens. C'est donc le comportement de visite qui les intéresse, dans une optique non-behaviouriste. Ils ne se penchent pas seulement sur le temps passé devant chaque panneau ou aux zones plus ou moins fréquentées, mais cherchent à repérer des types de visites en fonction de critères sociologiques.

L'intérêt de cette étude repose entre autres sur la tentative de modélisation de parcours. Le sujet avance à travers un "réseau d'étalement" : il doit alors se frayer un chemin à travers l'exposition. Chaque visiteur développe une des énonciations du concepteur. La visite représente le décalage entre le "bon corps visiteur" (celui imaginé par les concepteurs), et le "corps d'appropriation" du visiteur, lié à des stratégies de visite découlant de son rapport à la culture.

---

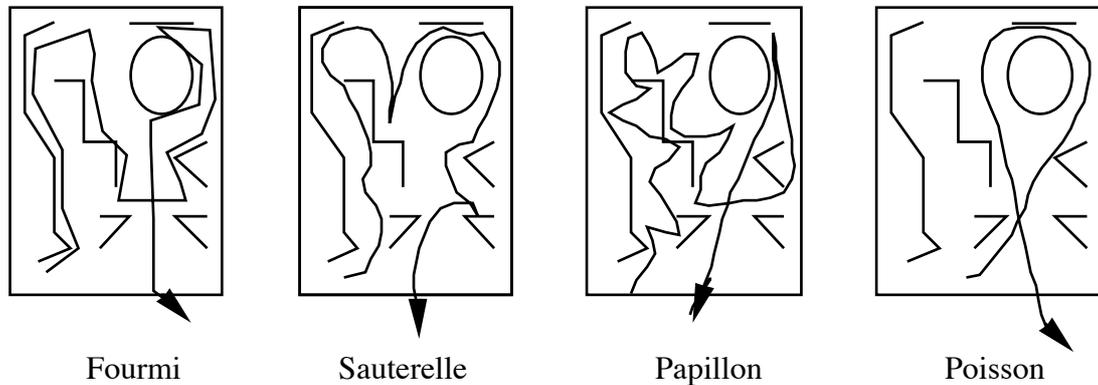
1. Et fort bien utilisées, actuellement, dans les grandes surfaces : voir plus loin.

2. Cela est d'importance, compte tenu du fait qu'à l'époque les expositions étaient conçues pour être visitées par la gauche.

3. Une analyse sémiotique se différencie d'une analyse sémiologique en ce sens qu'elle étudie l'objet placé "en situation".

Une étude quantitative n'aurait pu permettre l'abord du lien entre la conception et la visite. Trois temps sont présents : 1 - L'analyse de l'exposition (réunion de travail, photographies, etc.), qui conduit notamment au portrait du "bon corps visiteur", au parcours "idéal". 2 - L'observation systématique des comportements. 3 - Le discours des visiteurs (25 entretiens).

Le résultat de l'étude a mené à la construction d'un "bestiaire" comportant 4 types de visites.



Pour parvenir à ce bestiaire, Véron et Levasseur se sont donnés comme repères : la suite de "noeuds décisionnels" empruntés par le visiteur, qui représentent toutes les possibilités (à partir d'un point) offertes au visiteur, et qu'il décide en fonction des appels de l'exposition et de son organisation, la durée de la visite, le nombre d'arrêts, et le mode de progression dans l'espace (la chronologie des photographies impliquait un parcours privilégié). A la suite de cela, sont posées aux visiteurs des questions sur leur rapport à la culture et leurs caractéristiques sociologiques - le corps signifiant du visiteur étant considéré comme "porteur des marques d'un rapport à la culture". Nul résultat prégnant n'émerge. Toutefois, l'on put constater que :

- La fourmi (visite proximale) est motivée. Elle a un rapport très scolaire à ce qui l'entoure, un souci d'attente ; un temps de visite très long, avec un grand nombre d'arrêts ; tendance à "longer les murs", à éviter les espaces vides.
- Le papillon (visite pendulaire) a un lien fort avec les objets culturels : il sait ce qu'il est venu chercher. Il fait un trajet assez long, avec des arrêts assez nombreux, et zigzague d'un mur à l'autre.
- La sauterelle (visite "punctum") a peu de motivation, est "insouciant". Elle a un temps de visite assez court, et un parcours comprenant peu d'arrêts.
- Le poisson (visite glissement), lui, est très peu motivé, "en retrait". Il "passe", traverse l'exposition. Il a un temps de visite court, regarde les objets de loin et ne s'arrête pour ainsi dire jamais.

On constate que le choix des noeuds décisionnels varie selon les stratégies de visite. Il est à noter qu'aucune stratégie ne correspond au "bon corps visiteur".

Plus tard, en 1986, Bernard Schiele et Louise Boucher ont réalisé une étude portant sur la "mise en scène" de la science au Palais de la Découverte [Schiele et Boucher, 1987]. Ils ont, tout

comme Véron et Levasseur, tenté de montrer (entre autres) que le comportement qu'adopte le visiteur modifie l'exposition et que l'étude des parcours peut amener à des conclusions sur l'exposition. L'itinéraire du visiteur apparaît comme une "errance constructive". Ils ont étudié les salles d'exposition en fonction des thèmes, et ont retracé, tout comme dans l'étude de Véron et Levasseur, la meilleure façon de visiter l'exposition d'après les concepteurs. Ils ont ensuite observé le comportement des visiteurs et étudié leur parcours, en prenant en compte l'intentionnalité de la visite (évoquée par Véron et Levasseur comme une notion importante), ainsi que les modes d'appropriation du visiteur.

La typologie de Véron et Levasseur s'est avérée reproductible : il existe un rapport de négociation réelle entre un lieu de diffusion et des visiteurs, *par l'intermédiaire des parcours*. L'exposition déclenche l'activité des "schèmes d'appropriation" et active des stratégies cognitives. Si Schiele et Boucher pensent, comme Véron et Levasseur, que le visiteur est "libre" de ses déplacements, ils n'en pensent pas moins qu'une "intention structurante" est toujours présente.

## **2.2 - Les autres domaines**

Nous allons voir ce que peuvent nous apporter les études de parcours réalisées dans d'autres domaines - tant du point de vue théorique que du point de vue pratique. Ces parcours amènent à une approche différente de celle des évaluateurs d'expositions, mais elle nous intéresse ici d'un point de vue des méthodes.

Ces études concernent aussi bien la psychologie clinique, l'éthologie humaine (différence d'appropriation de l'espace entre enfants et adultes, patients d'hôpital psychiatrique sur terrain de basket, utilisation de l'espace vert d'un hôpital, etc.) ou l'éthologie animale (trajectométrie, vidéo-tracking), que l'urbanisme ou la mercatique, mais tous ces parcours ne "signifient" pas. C'est pourquoi nous n'aborderons ici que les deux derniers domaines cités.

### *2.2.1 - L'urbanisme et l'appropriation de l'espace*

L'éthologie humaine a sa place dans l'urbanisme, notamment en ce qui concerne les flux de circulation <sup>(1)</sup> dans une ville (un quartier, une place, etc.). Voyons comment parcours et appropriation de l'espace se manifestent ici.

#### - Parcours dans la ville : abord architectural

En 1981, au colloque de sémiotique d'architecture intitulé "Espace et représentation", Alain Rénier pose le problème de la continuité de signification [Rénier, 1982]. "Ce n'est pas la ville qui est "texte" ; c'est le fait de la parcourir qui la constitue comme "texte"”. La lecture de l'espace qui s'effectue durant le parcours provoque des effets de sens. Le parcours génère de la signification. Lors d'un parcours dans une ville, de multiples possibilités sont offertes. Comme dans tout système de communication, la personne qui parcourt la ville reconstitue le "texte" qui lui est proposé.

---

<sup>1</sup>. Cf S. Mariani et J. Cosnier : *Eco-éthologie des comportements d'utilisation de l'espace public*, Lyon, Courly, 1990, 40 pp - ainsi que l'article de J. Cosnier dans le présent ouvrage.

Thurlemann parle de "discours-parcours", apparaissant comme une suite d'actions de déplacements d'un sujet à l'intérieur d'un espace [Thurlemann, 1982]. Il en vient à se demander en quoi "l'étude des parcours peut contribuer à la connaissance de la signification de l'objet parcouru". Tout comme Rénier, il évoque l'articulation d'un plan de l'expression (plan des lieux et successions possibles) et d'un plan du contenu (vitesse de déplacement, orientation, etc.), et pense qu'une relation sémiotique propre au discours-parcours en émane.

#### - Image d'une cité

Kevin Lynch est un Américain qui s'est intéressé aux parcours qu'empruntent les gens dans leur ville, désirant savoir comment ils la conçoivent et comment ils s'y comportent [Lynch, 1976; 1982]. Sa méthode consiste à demander à des badauds de : 1 - faire un croquis du plan de la ville où ils habitent (Boston, Jersey City, Los Angeles), 2 - décrire en détail un certain nombre de trajets à travers la cité, 3 - dresser la liste, accompagnée d'une brève discussion, des parties de la ville qui dans l'esprit des gens sont les plus caractéristiques ou les plus "brillantes".

Il compare ces éléments avec une étude de terrain, en vue de mettre au point quelques suggestions de compositions urbaines et définir une méthode abrégée pour déterminer l'image collective de n'importe quelle ville. Les "repères" des gens sont particulièrement observés. Ensuite, il est demandé aux interviewés de préciser l'importance qu'ils accordent à l'orientation, le plaisir à se repérer dans la ville, etc. L'étude de terrain est réalisée avec 10 / 20 personnes que l'on suit : on leur demande de se rendre d'un point à l'autre de la ville, en explicitant pourquoi elles passent par une rue ou un espace plutôt qu'un(e) autre. Parallèlement, au cours de l'expérience, on demande à des passants "le chemin pour se rendre à...". De ces trois étapes comparatives, Lynch a pu démontrer qu'il existe des stratégies d'appropriation de l'espace. Des valeurs émotives sont en jeu : on tracera davantage un trajet selon qu'on s'y sent bien ou non (les gens préfèrent les grands espaces, les étendues d'eau, la végétation, les voies larges bien éclairées, etc.).

#### - Ethologie humaine urbaine

J.C. Rouchouse s'est penché sur le comportement des passants dans un quartier, et plus particulièrement sur les flux piétonniers. Les cartes routières ou de lignes de métropolitain n'apportant aucune information sur leur utilisation, Rouchouse a proposé une cartographie éco-éthologique, donnant une idée de la vie sociale, culturelle et économique d'un quartier. L'étude proposée ici traite du quartier Saint-Séverin, à Paris [Rouchouse, 1989]. Une méthode d'observation a été établie, compte tenu du fait que les seuls documents accessibles traitaient des chemins possibles mais nullement de leur emprunt. Les magasins, rues, matériel urbain, lieux en relation (lignes de transports en commun), etc., ont été répertoriés et inscrits sur un plan. Les flux observés à l'intérieur de cet espace ont permis de montrer (de jour comme de nuit) la prédominance de certains lieux (monuments ou types de magasins), calmes ou très encombrés. Ces cartes sont destinées à être reproduites périodiquement, en vue de repérer les changements et les faits stables. La méthode en elle-même n'est, malheureusement, pas évoquée d'une façon

très développée. Il s'agit plus d'une grammaire verbale des actes relevés que d'un dessin descriptif, visualisable (s'abriter - s'adosser - observer - manger - etc.).

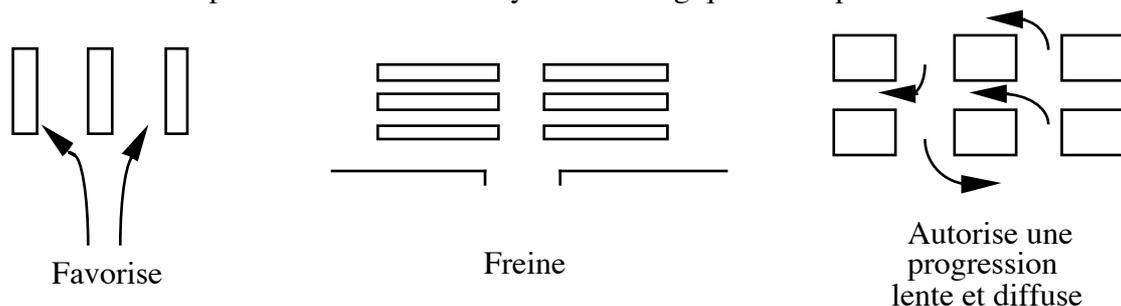
#### - Parcours d'usagers sous la ville : le métropolitain

Une enquête [Floch, 1990] a consisté à étudier les parcours des usagers du métro parisien. Les enquêteurs ont établi une typologie de voyageurs, en prenant en compte : les endroits où les gens s'arrêtent, par où ils passent, ce qu'ils regardent, comment ils s'assoient, etc., suivis d'entretiens visant à expliciter, directement avec les sujets, leur comportement. Différentes sortes de "trajets" et une typologie ont ainsi été définies :

- le parcours = délimiter, rythmer, retrouver, segmenter (les arpenteurs)
- la trajectoire = indistinguer, neutraliser, amalgamer, automatiser (les somnambules)
- la promenade = chercher, focaliser, enchâsser, inclure (les flâneurs)
- l'enchaînement = anticiper, chevaucher, entraîner, relier (les "pros").

#### 2.2.2 - La mercatique et l'utilisation de l'espace

Les grandes surfaces tout comme les musées sont davantage tournées vers le principe de l'échelonnement (décomposition du parcours selon la direction, l'éloignement et le temps) que vers celui de la compression. Il existe des "rythmes biologiques" à respecter :



Ces rythmes permettent de prévoir certains parcours. On connaît des types de parcours amenant au bien-être comme d'autres conduisant au découragement. Le visiteur / consommateur doit pouvoir se repérer sans trop de difficultés. Les réflexes "naturels" - déjà mentionnés dans le cas des expositions (voir plus haut) - se retrouvent ici (aller vers la droite lorsque l'on entre dans le magasin, longer les murs, etc.). On retrouve dans la mercatique une organisation spatiale qui ressemble fort à un parcours d'exposition. Or, autant dans un musée le visiteur veut tout voir (alors que le muséologue sait que cela est difficile), autant dans une grande surface c'est le concepteur qui "oblige" le consommateur (non averti) à le faire : il établit des circuits en fonction de la vente prévue. Le parcours est donc maîtrisé : on cherche à ce que les gens regardent autour d'eux sans toutefois que le flux général ne soit perturbé (ce flux est canalisé par la musique, les pancartes, l'inclination, le sol, la lumière, la température, etc.). Le parcours est en général "construit" par avance : l'évaluation, elle, se fait en regard des résultats obtenus (gestion des stocks). Qu'un produit se vende mal et on le changera de place, ou on le mettra en promotion.

Dans un musée, c'est la mise en espace qui doit, si nécessaire, être reconsidérée. Là, le signe n'est pas tant dans l'objet lui-même que dans sa mise en valeur. Le visiteur assemblera les signes

qui lui sont présentés d'une certaine manière, selon ses propres codes, pour reconstituer du sens. Questions : le comportement peut-il être considéré comme une suite de signes ? Quels sont les signes produits dans une exposition, et comment ces signes (concernant tant le concepteur que le visiteur) "circulent-ils" jusqu'au visiteur ?

Nous avons vu, jusqu'à présent, la manière dont les chercheurs ont abordé les parcours. Ils sont liés généralement à l'observation, à des typologies de déplacement, mis en rapport avec les objets. Ces études ne donnent pas aux parcours le rôle capital que nous leur accordons. S'est alors construite une méthode d'approche tenant compte à la fois des problèmes à résoudre quant à la notification des parcours, et la manière d'étudier les effets de sens, la construction du sens au cours de la visite.

### ***3 - Illustration par l'exemple : une exposition scientifique***

Ce dont il est ici question, c'est d'une méthode exploratoire. Deux niveaux de comparaison sont présents : entre les parcours des visiteurs observés, puis entre parcours et entretien de chaque visiteur. Les méthodes en jeu sont donc les observations et les entretiens. L'idée est de relier cheminements physique et intellectuel, l'aspect descriptif et l'aspect discursif.

#### **3.1 - Méthodologie**

Observations et entretiens ne fournissent pas forcément les mêmes informations : pourquoi existe-t-il ou non des différences entre observation et entretien de visiteur ? Voilà ce qui est à *interpréter*. C'est alors la sémiotique qui entre en jeu.

Les étapes sont donc : connaissance du contexte (entretien concepteur) - observation puis entretien des visiteurs - interprétation. Cela en vue de revenir à l'exposition et la conception proposée.

a/ Les observations : il s'agit de "suivre" les gens dans l'exposition, en vue de décrire leur parcours <sup>(1)</sup>. Ce sont les comportements et non les attitudes qui sont observés. Le suivi d'une personne dans une exposition permet d'introduire la notion de séquentialité. En effet, les éléments de l'exposition ne sont pas perçus *parallèlement*. Les deux principaux paramètres sont : le temps total (durée de visite) et le temps "morcelé" (nombre et durée d'arrêts). Les arrêts représentent la ponctuation du parcours. Toutefois, si l'arrêt marque un intérêt du visiteur, cet intérêt peut tout aussi bien être dû à un objet précis qu'à une mise en espace particulière (couleurs, réunion d'éléments disparates, etc.). L'intérêt ne signifie donc pas pour autant l'appréciation ni même la reconnaissance de ce qui est vu. Ces paramètres (temps et arrêts) ne sont pas à étudier de la même manière selon les lieux et les informations présentes. Les

---

<sup>1</sup>. Dans le cas présent, il était possible d'observer chaque parcours en direct sans pratiquement bouger de place, l'espace d'exposition ne comportant qu'une seule salle. Il peut s'avérer parfois nécessaire d'utiliser un système vidéo.

observations générales, elles, permettent d'établir une grille d'entretien. Il n'y a pas de questions directes : on part du matériau brut, du dire des visiteurs.

b/ Les entretiens : ils sont réalisés d'une part avec les concepteurs, d'autre part avec les visiteurs. Tous deux sont porteurs d'informations. *L'entretien avec les concepteurs* (en fait toutes les personnes ayant participé à l'élaboration conceptuelle et au montage de l'exposition) vise à déterminer précisément les objectifs à atteindre et la manière dont ils s'y sont pris pour faire passer le message (l'organisation spatiale). Si le ou les entretiens avec les concepteurs sont effectués avant même toute démarche, *l'entretien des visiteurs*, lui, se réalise après l'observation de visite (ce sont les impressions premières qui nous intéressent).

c/ L'interprétation : une fois les parcours pensé, proposé(s) et vécu étudiés, l'analyse de données réalisées, certaines informations sont obtenues. L'observation a montré que le comportement allait (ou non) dans le "sens" de la conception : l'entretien ou certaines questions précises (tout dépend de ce que l'on cherche) doivent montrer de quelle manière, et compléter les observations. Nous cherchons à percevoir le *lien* entre observations et discours : après nous être intéressée à la comparaison discours des concepteurs et parcours des visiteurs, nous nous penchons maintenant sur le rapport entretenu entre parcours des visiteurs et discours des visiteurs. Le message exprimé consciemment par les concepteurs a-t-il été perçu ? Si oui, de quelle manière ? Quels sont les éléments (par leur étalement dans l'espace) ayant permis la compréhension de ce message par les visiteurs ? On voit qu'il est important de différencier l'étude des signes du lieu de l'exposition, ceux que le visiteur produit au cours de sa visite et ceux que le visiteur interprète lui-même, plus ou moins consciemment.

Pour éclairer la méthode, nous prendrons ici l'exemple de l'exposition "Bijoux, Cailloux, Fous" - exposition itinérante conçue et produite par le Muséum d'Histoire Naturelle de Strasbourg, dont les parcours de visiteurs ont été étudiés lors de son installation au Centre de Culture Scientifique, Technique et Industrielle de Poitiers en 1989.

### **3.2 - Présentation de l'exposition "Bijoux, Cailloux, Fous"**

L'exposition "Bijoux, Cailloux, Fous" présente des pierres précieuses (bijoux, cristaux naturels et non naturels, géodes, etc.) et a été réalisée pour tout public. Les entretiens, réalisés avec les concepteurs de l'exposition initiale et les organisateurs de l'exposition dans son nouveau lieu, font apparaître trois objectifs : montrer que le cristal est naturel, montrer la beauté des pierres, et faire rêver. Le parcours de cette exposition a été particulièrement pensé par les concepteurs : il permet au visiteur de s'approprier un message délivré à travers le temps et l'espace. Ainsi, l'organisation spatiale amène le visiteur à aborder l'exposition par un certain côté, et à suivre un parcours précis - le conduisant physiquement et intellectuellement à travers l'exposition. Les grandes séquences qui le constituent sont des "cailloux" (géodes) ; des vitrines ; des bijoux ; des textes explicatifs, concis ; des bandes dessinées ; des vitrines de pierres non précieuses ; des vitrines présentant de nombreux bijoux et leurs techniques de fabrication, ainsi

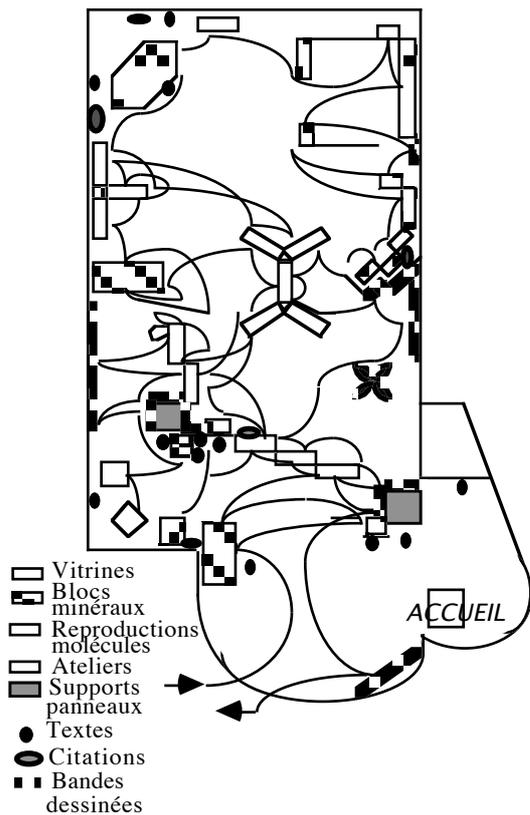
que des pierres précieuses ; un atelier de cristallographie, un autre de joaillerie ; enfin, des vitrines présentant des pierres précieuses et des pierres naturelles à l'état brut, rivalisant de beauté avec les bijoux.

### **3.3 - Déroulement de l'enquête**

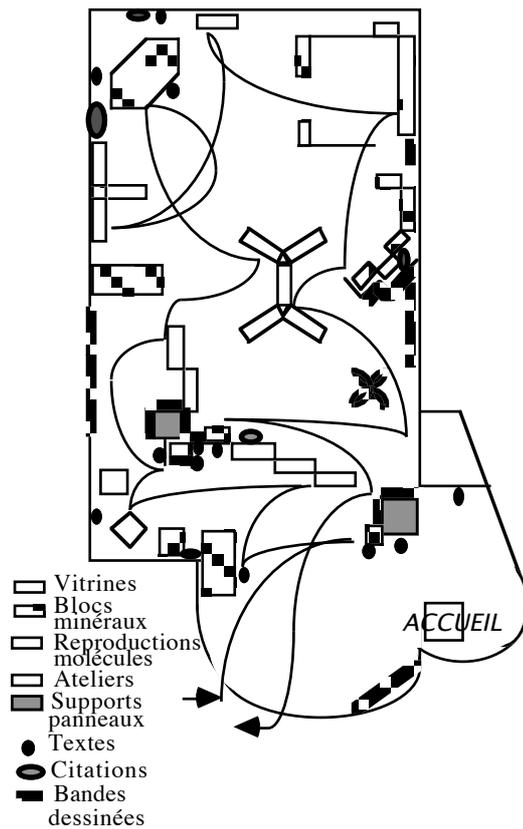
Il importe d'abord de vérifier, par l'observation des parcours de visiteurs, si le parcours prévu initialement a bien été respecté, et par des entretiens si le message délivré dans l'exposition (via le parcours) a été perçu. A son arrivée dans l'exposition, le visiteur a le choix entre deux itinéraires, l'un commençant par le début, l'autre par la fin. Dans les entretiens qui font suite à l'observation des visiteurs, on s'interroge sur la perception du message principal (la forme naturelle des cristaux, non façonnée par la main humaine). Ce message est à distinguer de l'information scientifique (le contenu) délivrée par les divers éléments de l'exposition pris séparément. Par ailleurs, on étudie les effets produits par l'ambiance, les objets, etc., énoncés comme impressions par le visiteur. On considère également l'opinion des visiteurs sur la mise en scène, les objets choisis, les textes, le parcours, etc., ou encore sur les stratégies et objectifs supposés être ceux des concepteurs (ce qu'ils ont voulu faire). Il s'agit donc de distinguer les effets de sens relevant de la réception du message et les effets de sens portant sur la perception des stratégies. Soit : d'un côté le savoir, de l'autre sa transmission.

### **3.4 - Les résultats de l'enquête et leur interprétation**

Les suivis montrent une certaine homogénéité de trajet. Pratiquement tous les visiteurs observés ont suivi le parcours proposé (les exceptions ayant eu lieu le dimanche, lorsque le début du parcours était engorgé). Le visiteur est tout d'abord attiré vers la gauche par la géode, puis par les vitrines et les textes présents. Une fois dépassée la "barrière" de vitrines, le visiteur reste sur la gauche, observant les pierres (des cailloux) dans les vitrines. Il s'approche ensuite de l'atelier de cristallographie, étudie les pierres précieuses, regarde travailler le joaillier dans son atelier (des bijoux), et revient par le côté droit. Il termine donc son parcours en repartant par la sortie prévue (à droite sur le plan), et découvre ainsi les très belles pierres naturelles.



Femme, 28 ans (jour de semaine)



Homme, 35 ans (dimanche)

Les entretiens avec les visiteurs révèlent une excellente appréciation de l'exposition. L'aspect esthétique couvre indissociablement les objets exposés et leur mise en scène. De ce fait, le rapport au savoir, même lorsqu'il est mentionné comme posant difficulté, passe au second plan. Un certain aspect magique a été perçu par les visiteurs. De nombreux entretiens ont souligné la parfaite présentation, l'organisation de l'exposition - impliquant une signification particulière. L'objectif de créer un espace imaginaire et de rêve est donc bien atteint. A cette notion de rêve, d'ambiance, a été assimilée **la forme du parcours**. Les unités de présentation, puis leur regroupement, proposent un parcours (de compréhension) aux visiteurs.

Il s'agit alors de comprendre comment les "impressions" des visiteurs se sont produites. En ce qui concerne l'ambiance, le fait de fermer l'exposition amène le visiteur à se croire dans le lieu même de l'extraction des pierres. Aucun jour ne vient de l'extérieur : les fenêtres sont cachées, la salle est peinte en noir, de la moquette recouvre l'ensemble de la pièce, aucun bruit n'arrive de l'extérieur, l'éclairage est particulièrement faible, des effets d'ombre sont donnés (géodes) ; mais aussi la salle n'est découverte qu'au dernier moment. Cet ensemble contribue à intensifier l'effet de magie et de rêve produit par l'exposition. Les visiteurs sont ici plongés dans un monde différent : celui du centre de la terre. Cet effet est plus important que l'aspect didactique : l'intérêt du plaisir ressenti est suscité avant celui de la connaissance. L'objectif des concepteurs, le contenu de l'exposition, la stratégie de la communication ont été parfaitement perçus. Le message de l'exposition se découvrait dans le parcours, réglant la reconstruction du sens. Ce

n'est donc pas la présence pêle-mêle des pierres, d'une part, et des bijoux, d'autre part, qui a pu permettre aux visiteurs d'élaborer cognitivement le message proposé, mais bien le parcours, c'est-à-dire la disposition des objets (tant dans leur situation que dans leur succession : la mise en exposition), ainsi que les effets de sens produits par celle-ci.

La réussite de l'exposition "Bijoux, Cailloux, Fous" résulte de l'adéquation entre parcours pensé, proposé, et vécu (effectif et sémiotique).

### **3.5 - Le retour à la conception**

Les expositions scientifiques ont l'avantage de présenter un message précis : un savoir est à communiquer explicitement. Elles n'en posent pas moins le problème de sa transmission par le concepteur et de sa reconstruction par le visiteur. Dans l'exemple choisi ici, il importait de découvrir les éléments présents dans l'exposition n'ayant pas forcément été pensés mais ayant contribué à donner du sens - sens que le visiteur a déchiffré ou interprété au cours de sa visite. Grâce à l'étude des parcours, nous sommes passés du non-visible au visible. L'invisible résidait d'une part dans les effets prévus ou non par le concepteur dans la mise en espace, et d'autre part dans la réception de l'exposition par le visiteur. Le "visible" s'est concrétisé dans la mise en forme de la communication présente dans l'exposition : celle offerte par le lieu, mais également celle occasionnée chez les visiteurs. Ceci nous a amené à différencier production et construction de sens. Si le concepteur a un rôle important à jouer dans l'exposition, celui du visiteur l'est tout autant. C'est lui qui, par sa visite, reconstruit l'exposition, retraduit le message délivré par le concepteur au travers de la mise en espace. Il nous apparaît essentiel d'aller plus avant, en établissant que le parcours du visiteur n'est pas seulement une résultante. La reconstruction n'est plus le seul but à atteindre : il s'agit d'approcher la **construction du sens**. Le signe en lui-même n'est pas seulement dans le parcours proposé, mais dans celui vécu par les visiteurs - **l'interprétation** à laquelle ils procèdent. Le visiteur tend, quoi qu'il en soit, à reconstruire l'exposition : il part du principe qu'un message lui est communiqué.

## **4 - L'apport théorique**

A la suite de l'étude des trois phases de parcours, nous pouvons confronter :

- d'une part, les objectifs des concepteurs et les visites observées : le message, "mis en scène" dans le temps et l'espace, a-t-il été perçu, et comment (que la réponse soit positive ou non) ?
- d'autre part, l'attente du visiteur d'avec sa visite effective : les objectifs premiers ont-ils été atteints (connaissance, plaisir esthétique, etc.) ? Comment le visiteur s'est-il *adapté* à l'espace présent en fonction du dispositif médiatique ?

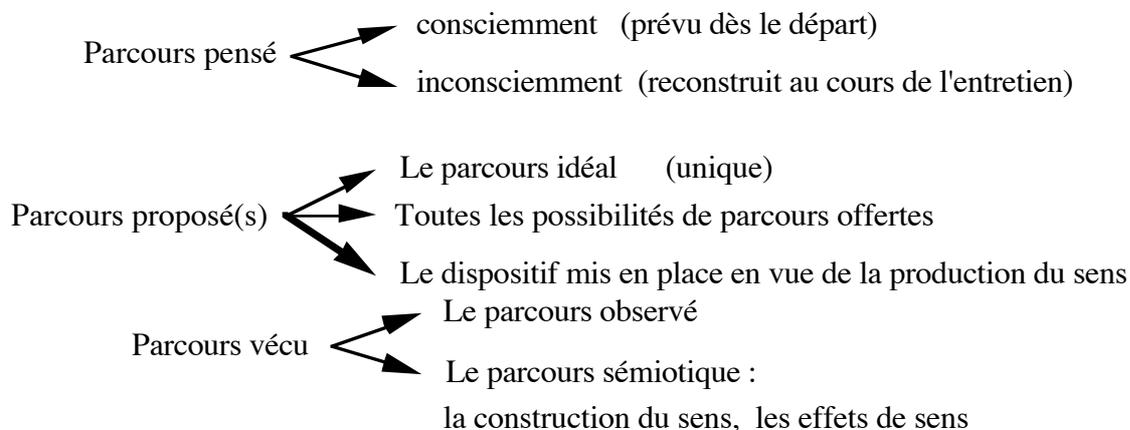
### **4.1 - Conception et mise en exposition vs praxis de visite**

Lors de la visite, il y a confrontation d'avec la réalité ; la mise en espace, le contenu sont confrontés à l'image antérieure, image non forcément matérialisée par le visiteur. Il y a donc là aussi confrontation, de la même manière que pour le concepteur : visite prévue / visite réelle. Si

le but est atteint, il y a satisfaction ; s'il ne l'est pas, la satisfaction des gens dépendra de l'exposition en elle-même : on peut très bien trouver autre chose que ce que l'on pensait, et en être satisfait. Somme toute, nous procédons à une observation des conduites adaptatives du visiteur dans l'exposition. C'est pourquoi il est impératif de connaître le but de la visite pour redécouvrir la stratégie initiale. Il nous faut insister sur les idées préalables à la visite. Celles-ci sont inévitables : le comportement du visiteur en découle. C'est en fait le tout premier élément du parcours, puisque le premier "produit d'appel". C'est aussi pour cette raison qu'il est nécessaire de comparer le discours des concepteurs sur le titre de l'exposition, l'affiche, etc., avec celui des visiteurs sur leur intention de visite. Une attente, oui, mais laquelle ? L'attente n'est pas toujours formulée. Une image inconsciente se forme, dès lors même de la vision du titre de l'exposition ou de l'affiche, ou dans le lieu où l'on entre - réputé pour telle ou telle sorte d'expositions (scientifique, artistique, etc.). Ainsi, le visiteur ne sait pas ce qu'il vient chercher "vraiment" dans un exposition - en revanche il saura dire, après la visite, s'il l'a trouvé ou non. C'est-à-dire qu'il saura dire ce qu'il ne savait pas auparavant. Si l'image reçue n'est pas en adéquation avec l'image inconsciente, il y aura insatisfaction.

#### 4.2 - Emergence du sens grâce aux parcours

Résumons les divers points dont il faut tenir compte au sein des parcours :



S'il est vrai, comme nous l'avons vu, que le parcours vécu demande un travail important de prise d'informations, il n'est pas pour autant le plus difficile à traiter : le parcours proposé s'avère (contrairement à ce que les évaluateurs pensaient jusqu'alors) le plus complexe des trois types de parcours évoqués. Après avoir pris connaissance des effets de sens produits sur le visiteur au travers de son parcours, nous devons nous demander : comment sont-ils produits, comment fonctionnent-ils ?

L'observation du parcours vécu des visiteurs nous fournit des informations sur l'exposition. Les entretiens effectués auprès des visiteurs ont deux fonctions : l'étude de la compréhension et l'abord de la construction de sens. La première représente la réception de l'information "matérialisée" dans l'exposition. La seconde nous intéresse plus particulièrement : l'étude du

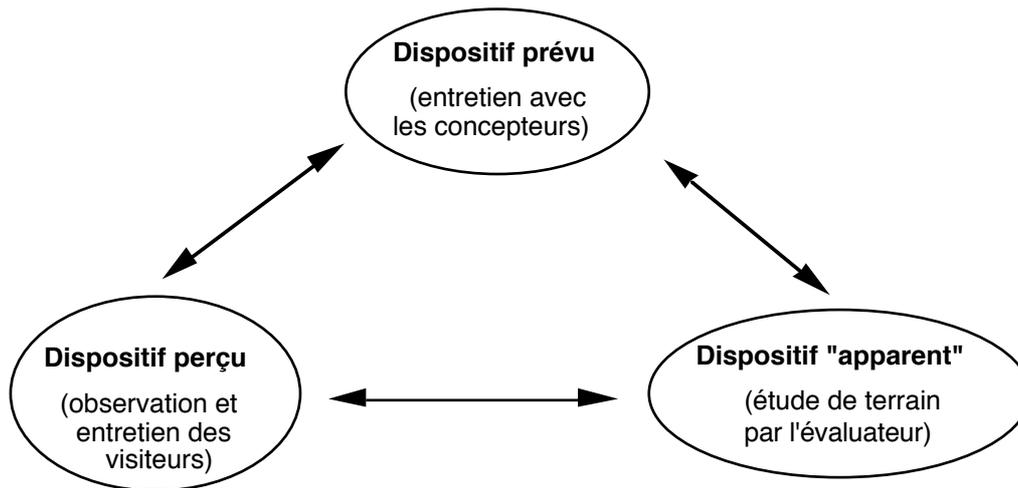
dispositif médiatique, en effet, nous amène au parcours sémiotique réalisé par le visiteur, à la *construction du sens* - qui elle représente l'intelligibilité de l'exposition. Elle s'opère grâce aux effets prévus par le concepteur dans sa mise en espace. Il existe un retour entre production et réception. Le dispositif médiatique s'étudie donc *avant* et *après* la réception de l'exposition par les visiteurs - tout d'abord auprès des concepteurs, puis de nouveau sur le terrain pour comprendre le discours des visiteurs.

Jusqu'à présent, l'évaluateur prenait en compte : l'organisation spatiale des concepteurs et l'appropriation spatiale des visiteurs. Il nous apparaît maintenant essentiel d'étudier d'une part les effets de sens, et d'autre part le dispositif de production de ces effets de sens.

C'est dans la production de sens de l'un et la construction de sens de l'autre que se situe le point nodal de la recherche - ou, plus exactement, dans la difficulté de passer de l'un à l'autre : la reconstruction *du sens* est rarement effectuée. Chaque visiteur, selon ses codes, ses capacités, sa personnalité, son savoir, etc., lira une exposition différente. Plus l'exposition proposera un parcours proposé, plus le visiteur s'approchera *du message* - autorisant la communication dans l'exposition.

Voyons maintenant ce qu'il en est de l'interaction entre production et construction de sens, tant pour le visiteur que pour le concepteur : les éléments d'une exposition, pris séparément, sont reconnus par le visiteur ; une communication "élémentaire" s'effectue. En revanche, l'ensemble des éléments amène à de multiples lectures. Chacun des éléments formant le contexte n'aurait pu nous fournir les informations souhaitées ; mais cela est possible dès lors que le contexte est étudié en fonction des parcours. Si la compréhension du message ne s'avère que rarement possible, la construction de sens, elle, a lieu quoi qu'il en soit. L'information qui semble alors fractionnée est retraduite par le visiteur en vue d'une signification.

Le concepteur doit, préalablement, penser et concevoir l'exposition - sachant que celle-ci sera vécue en temps réel par le visiteur et qu'il ne pourra intervenir à ce moment-là sur le cours de la visite. A l'origine, on peut se demander "comment se fait-il que le message soit perçu ?". Aucun texte n'est là pour expliciter ce que les concepteurs ont voulu exprimer dans l'exposition, ni quel est le message proposé, ni même comment ce message a été matérialisé. Comment et pourquoi un éventuel autre message a-t-il pu être lu ? Une part aléatoire est donc inévitable. L'analyse du dispositif médiatique nous offre un "retour" permettant de faire le point sur la communication présente dans l'exposition. Le dispositif médiatique est un maillon essentiel. Il autorise une réponse des visiteurs au message des concepteurs (déclaré ou non, conscient ou non). Le dispositif médiatique est donc révélé : par le concepteur (si le parcours est "bien" pensé), par l'évaluateur, et par le visiteur lui-même (le dispositif qu'il pourra avoir re-créé).



Si le dispositif a été correctement étudié au départ, on se trouve dans la situation suivante : le concepteur associe certains éléments (pour qu'ils produisent du sens) de manière à amener le visiteur à faire la même association. "Quelque chose" se met alors en place, de par la *conjonction des signes*. L'analyse du dispositif médiatique autorise une réponse des visiteurs au message des concepteurs. La réception elle-même fait signe sur le message et le modifie. Le mot-même de dispositif implique l'idée d'interaction, de "machine" fonctionnant sur plusieurs plans, et la manière dont sont disposés les divers éléments de celle-ci. Chaque élément de la "machine" émet des signes, qui sont à la fois émis et déchiffrés selon des codes différents. Le parcours vécu se situe entre le parcours pensé et le parcours concrétisé : c'est lui qui autorise un retour sur les parcours proposés. Le parcours vécu représente également le discours d'appropriation découlant de l'exposition. Cette (re)construction découle du matériel mis à sa disposition : tant les objets que la mise en espace de ces objets (le dispositif médiatique).

#### 4.3 - Mise en forme des informations obtenues

Pour obtenir le tableau récapitulatif qui va suivre, nous avons tenu compte du contexte même de l'exposition. Celui-ci revêt une grande importance. Il faut considérer un objet dans son tout, et en accepter la complexité. Il n'y a jamais une seule cause et un seul effet. Il faut chercher à rendre visible explicitement quelque chose qui *semble* clair, évident <sup>(1)</sup> :

<sup>1</sup>. Ce tableau récapitulatif est un outil : comme tout outil, il n'épuise pas la réalité, mais permet de généraliser ce qu'on a reconnu valable pour un certain nombre de situations.

	<Emission>		<Réception>
	Concepteurs <b>Parcours pensé</b> L'idée	Exposition <b>Parcours proposé(s)</b> Les chemins effectifs	Visiteurs <b>Parcours vécu</b> Le cheminement
<p>1/ <i>Parcours physique</i> (évaluation du comportement)</p> <p>(Le visiteur :)</p>	<p><i>Parcours "idéal"</i></p> <p>= parcours à réaliser par les visiteurs</p> <p>Comment il "doit" se comporter</p>	<p><i>Parcours possibles</i></p> <p>= repérage de tous les parcours topographiques possibles</p> <p>Les possibilités qui lui sont offertes</p>	<p><i>Parcours effectué</i></p> <p>= parcours observé (activité participante, appropriation spatiale)</p> <p>Comment il se comporte, et pourquoi</p>
<p>2/ <i>Parcours "intellectuel"</i> (émission / réception, compréhension, re-construction)</p> <p>(Le visiteur :)</p>	<p><i>Rôle du parcours</i></p> <p>Discursivité (mise en discours)</p> <p>Organisation spatiale du message à diffuser</p> <p>Ce qui fait qu'il va comprendre</p>	<p><i>Parcours de compréhension offerts</i></p> <p>Narrativités possibles + Figurativité (effets résultants de la mise en discours) = dispositif médiatique</p> <p>Délivrance du message; les différentes lectures (possibles, volontaires, prévues ou non)</p> <p>Ce qui amènera le visiteur à comprendre telle ou telle chose, selon son parcours</p>	<p><i>Parcours sémiotique</i></p> <p>Narrativité effective. Effets de sens (réception)</p> <p>Reconstruction de l'exposition (réception d'UN message. Lequel ?)</p> <p>+ <i>Construction de sens</i></p> <p>Ce qu'il a compris, retraduit</p>
Méthodologie :	1. Entretien avec les concepteurs	2. Observation de terrain (=hors-visite)	3. Observation des visiteurs + entretiens

A l'intérieur de chacune des trois phases du parcours, une dichotomie peut s'effectuer. On compte en effet deux niveaux d'approche : l'idée, d'une part (l'intellectualisation), et la réalisation, d'autre part (le comportement). Il est impératif de bien distinguer l'un **et** l'autre, en vue d'étudier le passage de l'un à l'autre. C'est l'ensemble de l'étude des parcours qui conduit au véritable résultat de l'exposition.

En conclusion, trois points essentiels apparaissent - tant pour la problématique que pour l'élaboration des méthodes :

- Le parcours proposé n'est pas que simple description des lieux. Il est également dispositif

médiatique à analyser. Les possibilités de chemin offertes sont autant de messages délivrés. L'entretien des concepteurs, couplé avec nos propres observations de terrain, amènent à la compréhension de l'observation des visiteurs.

- Le tout premier sémioticien de l'exposition est le visiteur : c'est lui qui déchiffre son propre parcours - avant même que nous ne cherchions à le faire au travers de nos observations. Nous ne faisons en quelque sorte que "récolter" le travail de reconstruction opéré par le visiteur. Celui-ci ressent certaines choses, se pose des questions au fur et à mesure qu'il avance, se déplace. "Que veut dire la réunion de ces objets ? Dois-je passer par ici plutôt que là ?". Progressivement, en parallèle et par inférence, le visiteur tout à la fois :

- **reconstruit** (plus ou moins bien) l'objectif des concepteurs de l'exposition (c'est ce qu'il a déchiffré, ainsi que ses impressions, opinions, etc.),
- et **construit du sens** (ce qu'il a interprété, et retraduit au cours de l'entretien).

Les entretiens auprès des visiteurs sont indispensables pour découvrir la construction du sens. Le parcours vécu représente donc aussi le discours d'appropriation découlant de l'exposition.

- L'interprétation à laquelle nous procédons en fin d'étude permet de revenir à l'organisation spatiale des concepteurs.

## Bibliographie

- Barbier-Bouvet, 1983 : "Du bon (et du mauvais) usage de l'évaluation", in *Cahier n°2 de Peuple et Culture : Utilisation et évaluation de l'exposition*, Actes du colloque de Marly-le-Roi (8 - 9 novembre 1982), Paris, Peuple et Culture, pp. 13 - 21.
- Bitgood, Roper et Benefield (Ed) : *Visitor studies - Theory, research and practice*, Jacksonville, AL, Jacksonville State University, The Center for Social Design, 1988.
- Davallon, 1983 : "Un genre en mutation", in *Histoires d'expo : un thème, un lieu, un parcours* (Collectif), Paris, éd. Peuple et Culture / CCI / Centre G. Pompidou, pp. 9 - 11.
- Davallon (dir.), 1986 : *Claquemurer pour ainsi dire tout l'univers : la mise en exposition*, Paris, Centre G. Pompidou / CCI, Collection "Alors", 304 pp.
- Davallon, 1988(a) : "Un outil pour voir et penser sa culture : l'exposition", *Etudes de linguistique appliquée*, n° 69 (janvier/mars), nouvelle série, Paris, Didier Erudition, pp. 52 - 60.
- Davallon, 1988(b) : "Exposition scientifique, espace et ostention," in *Protée*, 16 (3), Chicoutimi (Québec), Protée / Expo Media, Sept. 1988, pp. 5 - 16.
- Davallon, 1991 : "Discours et parcours dans la mise en exposition des sciences", in Decrosse et Natali : *Muséologie des sciences*, Paris, Hermann.
- Floch, 1990 : "Etes-vous arpenteur ou somnambule ?" in *Sémiotique, marketing et communication. Sous le signe, les stratégies*, Paris, PUF, pp. 19-47.
- Gottesdiener, 1987 : "Comportement des visiteurs dans l'espace des expositions culturelles", in *Psychologie Française*, Paris, Société Française de psychologie, 32 (1-2), pp. 55-64.
- Lehmbruck, 1974 : "Psychologie : perception et comportement" (pp. 190 - 203), et "Fonctions : espace et circulation" (pp. 220 - 235), in *Museum*, volume 26, n°3/4, Paris, UNESCO-ICOM.
- Loomis, 1987 : *Museum visitor evaluation : new tool for amenagement*, Nashville (Tennessee), American Association for State and Local History, 306 pp.
- Lynch, 1976 : *L'image de la cité*, Paris, Dunod, 222 pp.
- Lynch, 1982 : *Voir et planifier : l'aménagement qualitatif de l'espace*, Paris, Dunod, Coll. Aspects de l'Urbanisme, 215 pp.
- Mariani, 1990 : *Evaluation de trois expositions de culture scientifique et technique (CCSTI)*, rapport de recherche, Paris, Expo Média / Ministère de la Recherche, 210 pp.
- Mariani-Rousset, 1992 : *Les parcours d'expositions : une situation de communication. Du comportement à la construction du sens*. Thèse de Doctorat de psychologie, Lyon, Université Lumière - Lyon 2, janv. 92, 371 pp.
- Mariani-Rousset, 1993 : "L'étude des parcours en muséologie des sciences et des techniques", *La Lettre de l'OCIM n°27* (mai-juin), Dijon, pp. 17-21.
- Melton, 1935 : "Problems on installation in Museums of Art", *American Association of Museum*, New series, n°14, Washington, AAM, 1935, 269 pp.
- Rénier, 1982 : "Espace, représentation et sémiotique de l'architecture", (introduction au colloque) *Espace et représentation (sémiotique de l'architecture)*, Actes du colloque d'Albi, 20-24 juillet 1981, Paris, éditions de La Villette, pp. 5 - 33.
- Robinson, 1928 : "The behavior of the Museum Visitor", *American Association of Museum*, New Series, n°5, Washington DC, AAM, 72 pp.
- Rouhouse, 1989 : "Ethologie humaine urbaine", in *Bulletin SFECA*, Lyon, tome 4 (1), pp. 17 - 32.
- Schiele et Boucher, 1987 : "Une expo peut en cacher une autre", in *Cahier n°3 d'Expo Media : Ciel, une expo !*, Paris, pp. 67 - 222.
- Thompson J. (Ed.), 1984 : *Manual of curatorship : a guide to museum practice*, Londres, Butterworth's (The museums associations), 350 pp.
- Thurlemann, 1982 : "Le récit de parcours comme méta-discours analytique", in *Espace et représentation (sémiotique de l'architecture)*, Actes du colloque d'Albi, 20-24 juillet 1981, Paris, éditions de La Villette, pp. 37-52.
- Véron et Levasseur, 1983 : *L'espace, le corps, le sens : ethnographie d'une exposition : "Vacances en France"*, Paris, éd. Service des Etudes et de la Recherche de la BPI / Centre G. Pompidou, 220 pp.