

BITGOOD, Stephen (2014). **Engaging the Visitor**. Designing Exhibits That Work. Edinburgh & Boston : MuseumsEtc. 316 pages.

Diplômé en psychologie à l'Université d'Iowa aux États-Unis, le Dr Stephen Bitgood s'est spécialisé dès les années 1980 dans l'étude du comportement des visiteurs de musées, parcs et zoos (une problématique alors quasi ignorée de la muséologie). Fondateur de la *Visitor Studies Association*, de la revue *Visitor Studies*, ainsi que du congrès *Visitor Studies Conference*, Bitgood est un auteur incontournable pour tout professionnel de musée qui cherche à maîtriser et à accroître l'impact d'une exposition, d'un texte, ou encore d'un dispositif auprès du public. Parmi ses nombreuses publications, son ouvrage *Engaging the Visitor : Designing Exhibits that Work* dresse un état des lieux des recherches empiriques menées sur le comportement général des visiteurs dans un environnement muséal, et ce de manière qualitative et quantitative. Selon une approche scientifique basée sur la psychologie expérimentale et comportementale, Stephen Bitgood passe en revue les qualités et les limites des techniques et dispositifs scénographiques les plus couramment utilisés dans une exposition.

Dans son introduction, Stephen Bitgood assoit le postulat suivant : pour qu'une exposition soit réussie aux yeux du public, l'attention du visiteur doit être suffisamment mobilisée afin qu'il en retire à la fois un apprentissage et une expérience satisfaisante (chap. 1). L'auteur recommande alors l'usage de quelques principes de base issus de la psychologie, à l'exemple de l'*attention-value model* (schéma de l'intérêt par rapport à l'attention, et vice-versa)<sup>1</sup>, qui se sont avérés scientifiquement efficaces dans le champ muséal (chap. 2). Bitgood avance qu'en sus de variables plus personnelles (intérêt et endurance propres à chaque visiteur), plusieurs facteurs relevant directement de la scénographie influent de manière qualitative et quantitative sur l'engagement du visiteur et la mobilisation de son attention dans le cadre d'une exposition. Trois parties, composées d'onze chapitres supplémentaires, suivent cette introduction et détaillent trois techniques scénographiques connues et largement utilisées par les institutions : les panneaux explicatifs et textes d'exposition (*interpretive text*), les expositions interactives (*interactive exhibits*), et l'immersion (*immersion*).

Dans la première partie, Bitgood analyse en détail le concept élaboré par Beverly Serrell des *huit péchés mortels*<sup>2</sup> dans la rédaction de textes d'exposition (chap. 3). Il y adjoint quatre nouveaux péchés<sup>3</sup> avant de comparer ce concept aux observations retenues par différentes institutions (chap. 4), puis de le soumettre une fois de plus à l'épreuve dans le cas d'une étude réunissant 43 participants (chap. 5). L'auteur y démontre la nécessité de capter l'attention du visiteur afin de l'inciter à lire un panneau explicatif ou un cartel. Le recours à certains *stimulis* peut être une solution en posant, par exemple, des questions au public au fil de sa visite (dans les titres ou dans un feuillet imprimé) ou en utilisant des moyens graphiques (police, couleur, illustration, schéma, etc.). A ce titre, l'empacement d'un texte apparaît comme l'un des facteurs les plus déterminants si l'on souhaite que celui-ci soit vu par le visiteur. En plus de devoir se situer de manière claire sur le parcours et à proximité des objets concernés, une distance prise depuis le sol de maximum deux mètres pour l'accrochage d'un panneau est conseillée, sachant que le public a tendance à davantage porter son regard vers le bas. La longueur d'un texte constitue un autre facteur important. Un

---

<sup>1</sup> L'attention d'un visiteur est scindée en trois étapes qui décrivent le passage d'une attention très ouverte et sensible à n'importe quel *stimulus* sensoriel à une attention concentrée et engagée: *capture stage*, *focus stage*, *stage of engagement*. Le schéma attention/intérêt fait l'objet de plusieurs chapitres dans un autre ouvrage de Stephen Bitgood, *Attention and Value : Keys to Understanding Museum Visitors*, Walnut Creek : Left Coast Press, 2013.

<sup>2</sup> Auteure américaine qui est à l'origine du concept des huit péchés mortels (*eight deadly sins*) : trop longs et trop verbeux ; trop techniques pour les lecteurs cibles ; ennuyeux et contenant des informations inadéquates; mal édités et avec des erreurs de grammaire, d'orthographe et de syntaxe, aux caractères trop petits ; difficiles à lire ; colorés dans une manière qui rend la lecture difficile ou pénible ; mal placés et provoquant des tensions dans nuque, dans le dos et les yeux. Cf Beverly Serrell, *Making Exhibit Labels : A Step by Step Guide*, Nashville : American Association for State and Local History, 1983.

<sup>3</sup> Ces quatre nouveaux péchés sont : ne pas réussir à capter l'attention du visiteur ; des codes graphiques ambigus et qui portent à confusion ; une trop forte concentration d'objets et de textes dans un espace (*visual noise*) ; ne pas tenir compte des niveaux de connaissance des publics cibles et de leurs intérêts.

nombre de signes compris entre 30 et 75 est avancé comme étant le plus sûr. Vient ensuite la manière de communiquer ce contenu au public : privilégier un vocabulaire simple sur un ton soutenu et intéressant, avec une typographie lisible, une orthographe, une grammaire et une syntaxe correctes, est préconisé.

Dans la deuxième partie, l'auteur définit ce qu'il entend par dispositif interactif (chap. 6) avant de passer à deux études de cas (chap. 7 et 8). Selon Stephen Bitgood, l'interactivité dans une exposition présuppose une réponse au travers d'un dispositif à une action et/ou une réaction particulière et donnée par le public. La mobilisation de ce dernier peut être simple et rapide, comme l'acte de presser un bouton, ou prolongée et plus complexe avec l'usage d'un programme informatique. L'auteur distingue trois types de dispositifs interactifs : ceux impliquant uniquement un contact sensoriel direct avec le dispositif (*hands-on*), ceux jouant sur la participation active du visiteur (*participatory*) et, enfin, ceux qu'il considère comme étant purement interactifs et qui sont à l'origine d'une programmation particulière. Bitgood rend le lecteur attentif à ce qu'il ne succombe pas à l'effet de mode dont bénéficient actuellement les dispositifs interactifs, mais qu'il se demande si l'un des trois types est nécessaire dans la communication de son contenu et si oui, lequel. En plus d'exiger davantage de temps et de connaissances spécialisées lors de leur phase de conception, les dispositifs interactifs occupent une part importante du budget d'une exposition et demandent un service de maintenance régulier pour qu'ils continuent à fonctionner.

Dans la troisième et dernière partie, Stephen Bitgood dresse une typologie des expériences immersives possibles dans le champ muséal (chap. 9), à savoir : la réalité virtuelle, le procédé cinématographique OMNIMAX, les simulateurs sensoriels, ou encore les dioramas et *period room* qui font l'objet d'un chapitre entier en raison de leur large usage (chap. 13). L'auteur revient ensuite sur le concept d'immersion dans le cadre d'une exposition (chap. 10) avant de l'analyser dans deux études de cas au Musée d'histoire naturelle d'Anniston (chap. 11 et 12). Très populaire auprès des visiteurs, l'immersion a l'avantage de reproduire une expérience unique qui peut faciliter l'emmagasinement d'informations, pour autant que le but de l'immersion soit suffisamment clair (par exemple, à l'aide d'un panneau de texte explicatif, d'une vidéo ou d'une piste audio). Le réalisme de l'illusion créée, la dimensionnalité de l'espace constitué (3D), la stimulation multi-sensorielle et la faculté à éveiller l'imagination des visiteurs semblent être les principaux facteurs qui mènent à une expérience immersive réussie.

S'il est intéressant de remarquer à quel point les mêmes dispositifs scénographiques, traités par Bitgood, s'appliquent à diverses sortes d'institutions (musées, zoos, parcs d'attraction, etc.), un professionnel de musée aurait sans doute souhaité rentrer davantage dans les détails en analysant, par exemple, le comportement de différents types de public (enfants, adolescents, adultes) face à ces éléments scénographiques. En outre, malgré sa structure qui semble claire et explicite, l'ouvrage de Stephen Bitgood s'avère très répétitif. En effet, l'auteur effectue de nombreux allers et retours au gré des chapitres, bien qu'il tente d'aborder chaque partie en partant d'un concept général avant d'en traiter ses particularités dans la suite. Or, chaque chapitre présente un encart contenant les idées clés, ce qui permet au lecteur de garder en tête les points essentiels.

En conclusion, l'ouvrage de Stephen Bitgood n'apparaît pas comme étant révolutionnaire dans le domaine de la muséologie. Il s'agit davantage d'une compilation de recherches, plus qu'une étude nouvelle. Un professionnel de musée aura certainement l'impression d'être face à une suite d'évidences. L'ouvrage présente toutefois l'avantage d'être accessible à un lecteur néophyte en lui offrant une bonne première base de connaissances concernant à la fois les aspects forts et les points faibles des principaux moyens scénographiques qui sont couramment employés dans les musées.