

Quelle place pour les publications d'exposition dans les musées ?

Marie-Hélène Foisy

Volume 2, Number 2, April 2008

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1033588ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1033588ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association Québécoise de Promotion des Recherches Étudiantes en
Muséologie (AQPREM)

ISSN

1718-5181 (print)

1929-7815 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Foisy, M.-H. (2008). Quelle place pour les publications d'exposition dans les musées ? *Muséologies*, 2(2), 44–63. <https://doi.org/10.7202/1033588ar>

Article abstract

Les musées cherchent de plus en plus à diversifier et accroître leur public. La multiplication des expositions temporaires est l'une des façons utilisées pour y parvenir. Marie-Hélène Foisy, s'est intéressée à la mémoire de ces expositions, et de plus près à la pertinence des publications qui leur sont liées. En décrivant et en définissant ces publications, elle révèle les différents types de structures, de rôles et de fonctions qu'ils peuvent représenter.

Article deux

temps

Quelle place pour les publications
d'exposition dans les musées ?

espace

Les musées cherchent de plus en plus à diversifier et accroître leur public. La multiplication des expositions temporaires est l'une des façons utilisées pour y parvenir. Marie-Hélène Foisy, s'est intéressée à la mémoire de ces expositions, et de plus près à la pertinence des publications qui leur sont liées. En décrivant et en définissant ces publications, elle révèle les différents types de structures, de rôles et de fonctions qu'ils peuvent représenter.

MARIE-HÉLÈNE FOISY EST TITULAIRE D'UN BACCALAURÉAT EN HISTOIRE DE L'ART, AVEC CONCENTRATION EN GESTION DES DOCUMENTS ET ARCHIVES À L'UQAM ET ELLE A OBTENU SA MAÎTRISE EN MUSÉOLOGIE EN 2007. DEPUIS 2006, ELLE S'EST IMPLIQUÉE ET A TRAVAILLÉ AU SEIN DE DIFFÉRENTS ORGANISMES VOUÉS À LA CONSERVATION ET À LA PROMOTION DE L'ART ET DE LA CULTURE, NOTAMMENT LES REVUES *MUSÉOLOGIES* ET *CIEL VARIABLE*, DE MÊME QUE *L'ATELIER D'HISTOIRE DE LA LONGUE-POINTE*. À CE JOUR, ELLE A ASSURÉ LE COMMISSARIAT DE QUELQUES EXPOSITIONS D'ART ET DE PATRIMOINE. ELLE TRAVAILLE DEPUIS L'AUTOMNE 2007 AU MUSÉE D'ART DE JOLIETTE EN TANT QU'ASSISTANTE À L'ARCHIVISTE DES COLLECTIONS. [mariehfoisy@gmail.com]

Espace et temps

Deux mots qui décrivent de la manière la plus précise qui soit le monde des expositions. L'espace, occupation et mise en scène, et le temps, éphémère et temporaire.

Hic et nunc

Cette réalité de l'espace-temps est d'autant plus présente de nos jours avec le penchant toujours plus fort des expositions vers le temporaire. « Parce qu'elle est une réunion exceptionnelle d'objets au nom d'un propos déterminé, parce qu'elle est nettement circonscrite dans sa durée, l'exposition se définit d'elle-même comme un événement^[1]. »

[1]

RAPETTI, Rodolphe.
« L'exposition-événement »,
L'avenir des musées. Actes du
colloque organisé au musée
du Louvre, 23-25 mars 2000.
Paris: Éditions de la Réunion
des musées nationaux, 2001,
p. 57.

[2]

OUELLET, Line.
« Le règne des
expositions temporaires »,
Muse, janvier-février 2006,
p. 26.

En effet, la tendance qu'ont les musées à se tourner toujours davantage vers leur public les force à offrir une programmation aussi variée et attirante que possible, au même titre que celle de leurs compétiteurs du milieu culturel, tels les théâtres, les cinémas et les salles de spectacles : d'où l'explosion des expositions temporaires. En enchaînant leurs expositions à un rythme intense, les musées créent des manifestations culturelles à une fréquence soutenue, qui leur permettent d'attirer un plus vaste public. « Conséquence de cette évolution : la programmation d'expositions est devenue une clef essentielle de la survie et du succès d'un musée^[2]. »

Pourtant, l'exposition est le résultat d'un long processus d'idéation et de recherche qui ne peut être saisi dans toute sa complexité par le public. Mais qu'advient-il des efforts et des résultats qui ont mené à l'exposition lorsqu'elle se termine et que son ensemble en est dissous ? Ne serait-il pas important d'en garder la trace dans les annales de l'histoire ? Si oui, par quel moyen ? Peut-être une partie de la réponse se trouve-t-elle dans le dicton « Les expositions s'envolent mais les écrits restent » ?

Les publications produites autour des expositions finissent par devenir des outils de référence et des ouvrages d'importance dans l'historiographie. Par ailleurs, leur rôle et leur finalité demeurent encore assez vastes et peu définis. Que doivent ou que peuvent contenir ces publications ? À quelles fins sont-elles conçues ? Pour qui ? Quelle relation entretiennent-elles avec la recherche menant au contenu de l'exposition ? Avec l'exposition même ? Avec le visiteur ? Est-ce un souvenir ? Un « beau livre » ? Un livre de référence ?

Bien que ne voulant pas nier l'importance des divers champs disciplinaires (sciences, ethnologie, etc.) dans l'histoire et le développement des publications d'exposition, nous concentrerons ici notre réflexion sur celui plus spécifique de l'histoire de l'art, en espérant ainsi mieux l'approfondir.

Le type de publication que nous nommons aujourd'hui « catalogue d'exposition » est extrêmement riche autant sur le plan de la forme que du contenu. Bien que la terminologie la plus couramment utilisée pour parler des ouvrages écrits liés aux expositions soit « catalogue », il semble qu'un glissement se soit produit au fil des siècles entre le signifiant et le signifié.

Trois dictionnaires^[3] s'entendent pour parler d'une liste, dont deux ajoutent qu'elle peut être accompagnée de détails, d'explications, d'illustrations et même de prix, mais aucun ne parle d'un ouvrage contenant des essais, de l'information détaillée et des résultats de recherches. Pourtant, les « catalogues » d'exposition que l'on peut consulter de nos jours ne tiennent plus de la simple énumération. Comme Krzysztof K. Cieszkowski le mentionnait lors du colloque « I cataloghi delle esposizioni » qui s'est tenu à Florence en 1988, « *The history of the development of the exhibition catalogue is one accretion — a list of artists and titles, to which were added technical descriptions of works, statements of provenance, and citations of relevant literature and published reproduction* »^[4].

Ainsi, tirant leur origine des inventaires de collections, les « catalogues d'exposition » ont vu leur contenu s'enrichir considérablement au cours de leur histoire et ont dépassé depuis longtemps déjà le simple catalogue (voir fig. 1).

En fait, la plupart des ouvrages que l'on nomme catalogues sont des hybrides, puisque l'on y trouve, d'une part, trait spécifique du catalogue, des informations relatives à des pièces exposées en telle circonstance ou collectionnées en tel lieu ou encore produites par tel artiste et, d'autre part, des informations non spécifiquement liées à une exposition, à une collection donnée ou à l'inventaire d'une production dans sa totalité et ressortissant plus, par conséquent, à l'ouvrage de critique artistique ou d'histoire de l'art.

[3]

Trésor de la langue française informatisé (TLFI). <<http://atilf.atilf.fr/>> (consulté le 25 mai 2007); *Le Petit Robert, dictionnaire de la langue française*. Paris: Éditions Dictionnaire le Robert, p. 358; *Grand dictionnaire terminologique du Québec*. <<http://www.granddictionnaire.com>> (consulté le 25 mai 2007).

[4]

CIESZKOWSKI, Krzysztof K. « The Resistible Rise of the Exhibition Catalogue ». In LAZZI, Giovanna, Artemisia Calcagni ABRAMI et Eve LECKEY (dir.). *I cataloghi delle esposizioni atti del terzo Convegno europeo delle biblioteche d'arte* (IFLA), Firenze, 2-5 novembre 1988. Firenze: Casalini Libri, 1989, p. 2.

Cette évolution du rôle et de la forme de la publication d'exposition est intrinsèque à tout un système de relation qui l'unit, nous l'avons dit, au développement des musées même, mais ajoutons à celle du rôle du conservateur, qui en est le plus souvent l'auteur. De gardien des collections^[5], il occupe désormais un rôle complexe et doit davantage se concentrer sur le développement de programmes destinés au public, sur une présentation efficace des objets et sur une plus large interprétation de l'histoire^[6]. Ses fonctions élargies, de plus en plus tournées vers le public, ne manqueront pas de se refléter dans la publication d'exposition.

La terminologie « catalogue », encore utilisée pour désigner ces ouvrages hybrides qui accompagnent les expositions, ne convient donc plus, ce qui nous a incitée à utiliser un terme plus approprié, soit celui de « publication d'exposition », où « publication » désigne un « document qui est généralement édité en multiples exemplaires et destiné à être rendu public »^[7].

Forme et contenu

Il est évident que les publications d'exposition ne pourraient et n'auraient de raison d'exister sans les expositions desquelles elles dépendent sur tous les plans. Mais quelles relations entretiennent-elles avec celles-ci ? Quels rôles jouent-elles l'une par rapport à l'autre ?

L'exposition est définie non seulement par ses supports, mais aussi par le « mode particulier d'organisation de ces supports entre eux »^[8]. Elle dépend des artefacts ou des kinéfacts et repose sur les « vraies choses »^[9] qui sont nécessaires à la réalisation de son but ultime : communiquer. Selon Duncan Cameron, les codes, que les réalisateurs des expositions possèdent

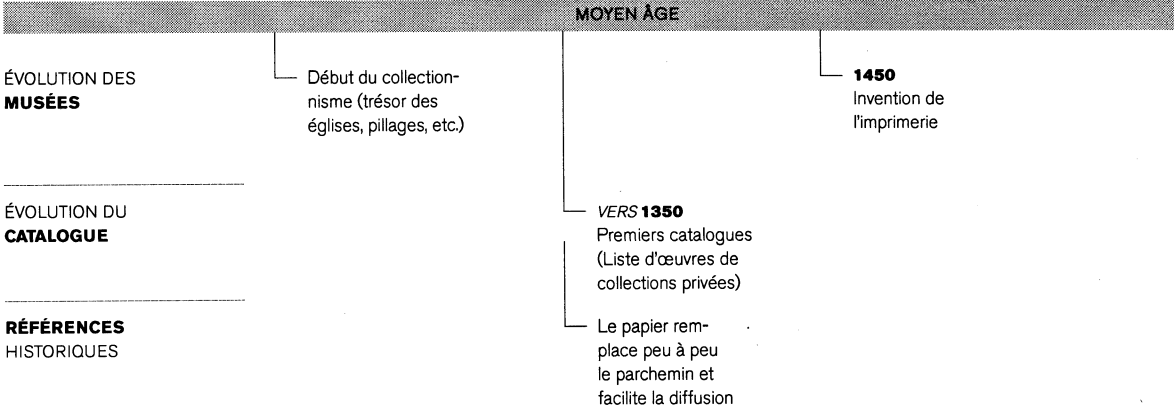
[5] Le terme « conservateur » vient du latin *conservator*, « qui conserve » ; il est utilisé depuis le XV^e siècle dans le sens de « Personne préposée à la garde de quelque chose. Gardien ». (LOCHNAN, Katharine. « La signification du rôle du conservateur ». *Manuel des musées d'art*. Toronto : Ontario Association of Art Galleries, 1991, p. 119-122.)

[6] VILLA BRYK, Nancy, « Reports of Our Death Have Been Greatly Exaggerated: Reconsidering the Curator », *Museum News*, vol. 80, n° 2, mars-avril 2001, p. 64.

[7] *Grand dictionnaire terminologique du Québec, op. cit.*

[8] BARBIER-BOUVET, Jean-François. « Le système de l'exposition ». *Histoires d'Expo*. Paris : Centre Georges Pompidou, 1983, p. 13.

[9] CAMERON, Duncan. « Un point de vue : le musée comme un système de communication ». In. DESVALLÉES, André (dir.). *Vagues 1. Une anthologie de la nouvelle muséologie*. Mâcon : Éditions W/MNES, 1992.



pour comprendre les objets, ne sont pas partagés par les visiteurs. C'est pour cette raison que l'exposition utilise d'autres formes de médias, les médias subsidiaires^[10], tels que les textes didactiques et le design, afin d'aider le visiteur à comprendre l'exposition. Ils constituent une forme de médiation nécessaire.

L'évolution des publications d'exposition suit celle de la manière d'exposer. Jusqu'au début des années 1950, « ces catalogues reflétaient la manière d'exposer de l'époque car, jusque-là en effet, les expositions offraient quasi invariablement au public une suite de dessins, de peintures ou de sculptures retraçant une période – en général récente – de la production d'un artiste, mais ne formant pas nécessairement un ensemble conceptuel^[11] ». Puis l'art a évolué vers des formes plus diversifiées, les artistes ont transgressé les barrières et les murs des musées et des institutions pour s'impliquer directement dans leur « mise en marché ». Ils ont voulu utiliser les publications comme outil de diffusion afin de rendre leur art accessible.

Il ne faut toutefois pas confondre les publications d'exposition produites par les artistes et les livres d'artiste en tant que tels. Car ce terme touche aussi les œuvres d'artistes s'exprimant par le biais du livre. Celui-ci devient leur médium de création et, s'il y a lieu, le sujet d'une exposition. Par exemple, Anselm Kiefer utilise les livres comme « espaces métaphoriques par lesquels le lecteur voyage »^[12]. Ses livres ou *œuvres-livres*^[13] constituent une partie majeure de son travail d'artiste. Ces publications ne nous concernent donc pas ici puisqu'elles n'accompagnent pas les expositions, mais en sont plutôt le sujet.

Le type de livre d'artiste qui nous intéresse est produit dans le but d'accompagner les expositions. Ces dernières peuvent être la création exclusive de l'artiste ou encore une collaboration entre ce dernier et le commissaire. Ainsi, le graphisme, la mise en page et le choix des matériaux reflètent les

[10]

Ibidem.

[11]

SCHRAENEN, Guy.

« Passation de pouvoir ».

Du catalogue : Les cahiers du Musée national d'art moderne, n°s 56/57, 1996, p. 120.

[12]

BLOUIN, Danielle.

Un livre délinquant :

Les livres d'artistes

comme expériences limites.

Québec : Fides, 2001, p. 313.

[13]

Terme emprunté

à PHILLIPOT, Clive.

« Bookworks et cetera ».

In. CARRION, Ulises (dir.).

Quant aux livres. Genève :

Éditions Héros-Limite,

1997, p. 16.

RENAISSANCE

VERS 1530

Début de l'ajout de reproductions d'œuvres

Invention de la gravure

1543

Paolo Giovio fait construire une maison pour abriter ses collections. Il l'appelle « musée »

1550

Début de l'ajout de textes analytiques et d'essais

Publication *Les Vies des plus excellents peintres, sculpteurs et architectes* de Vasari

Développement du culte de la curiosité

1650

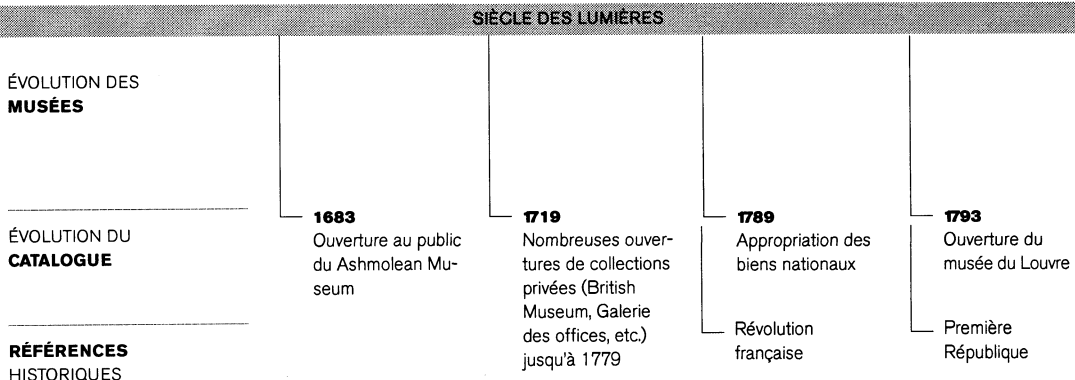
Âge d'or des cabinets de curiosités (XVI^e-XVIII^e siècles)

intérêts de l'artiste, alors que les préoccupations thématiques de même que le contenu demeurent le travail du spécialiste. Ce type de livre peut apparaître comme étant un excellent compromis entre création et théorie de l'art, mais les exemples demeurent assez rares de nos jours.

D'ailleurs, le graphisme et la présentation visuelle, très longtemps ignorés dans les publications d'exposition, sont devenus omniprésents et incontournables depuis quelques années. « À travers le XX^e siècle, le développement d'un langage graphique à l'intérieur des catalogues accompagne l'évolution de leur conception même^[14]. » Cette évolution du graphisme dans la publication d'exposition suit celle de son équivalent dans les expositions : la scénographie. À la redéfinition des fonctions muséales au XX^e siècle, suivra celle des catalogues. « Du statut d'annexe, ils sont devenus ouvrages de référence à part entière ; certains se présentent comme de véritables livres d'art^[15]. »

Toutefois, contrairement au livre d'artiste où l'intérêt est l'empreinte personnelle de l'artiste, le graphisme tient, tout comme la scénographie d'une exposition, le rôle de support. Tout en subtilité et en retenu, il doit laisser la place aux œuvres présentées dans la publication. « Une mise en page qui exprimerait une personnalité graphique trop forte autour de l'œuvre transformerait le graphiste en artiste^[16]. » La définition que donne Claude Cossette, de l'Université Laval, va d'ailleurs en ce sens ; selon lui, « le graphiste joue le rôle d'un intermédiaire entre le client qui a un message à transmettre, et les destinataires du message. Une personne talentueuse qui fait des images pour se faire plaisir, comme exutoire à son imagination débordante ou pour exprimer son monde intérieur n'est pas un graphiste ; c'est un artiste^[17]. » Le graphisme doit ainsi mettre en valeur la production de l'artiste, afin de flatter l'œil du lecteur, sans pour autant devenir trop fantaisiste.

FIGURE 1



[14]

JUBERT, Roxanne.

« Entre voir et lire : la conception visuelle des catalogues d'exposition ». *Du catalogue :*

Les cahiers du Musée national d'art moderne, n^{os} 56/57, 1996, p. 37.

[15]

Idem, p. 37.

[16]

Idem, p. 39.

[17]

Texte de COSSETTE, Claude.

Petite histoire du nouveau graphisme québécois,

Des textes québécois sur la communication. Ikon Québec,

<<http://www.ulaval.ca/ikon/>

finaux/1-texque/

DOUVEN.HTML>

(consulté le 9 juillet 2007).

Le geste

Davallon décrit la mise en exposition comme étant « deux gestes de production : la séparation et le rassemblement d'un côté ; la mise en scène de l'autre »^[18]. L'exposition sépare les objets du « monde réel » afin de les rassembler dans une salle de musée où ils prennent le statut de sémiophores et où une savante mise en scène sert à leur redonner du sens. « [L]'exposition doit être chaque fois une occasion de créer un micro-univers pour comprendre le grand univers, son organisation, ses règles, sa hiérarchie^[19]. »

L'exposition constitue concrètement un mode de communication. Pour le visiteur qui n'a pas accès aux coulisses du musée, aux réserves et aux collections, le meilleur moyen d'accéder à ces « vraies choses » est par le biais d'une exposition.

D'après Roland Arpin, une exposition se réalise en trois étapes principales^[20] : la planification, la réalisation et la présentation, qui se subdivisent en plusieurs phases. [Voir tableau à la page 13]

[18]

DAVALLON, Jean.

Claquemurer pour ainsi dire tout l'univers : la mise en exposition. Paris : Centre Georges Pompidou, 1986, p. 244.

[19]

ARPIN, Roland.

Musée de la civilisation. Concept et pratiques. Québec : MultiMondes, 1992, p. 59.

[20]

Idem, p. 59

REVOLUTION INDUSTRIELLE

1801

Enrichissement intense des collections et ouverture au public. Démocratisation de la culture par divers médias (journaux, cafés-concerts, etc.)

1839

Invention de la photographie

1851

Exposition Universelle

1914-18

Première Guerre Mondiale

ÈRE MODERNE

1920

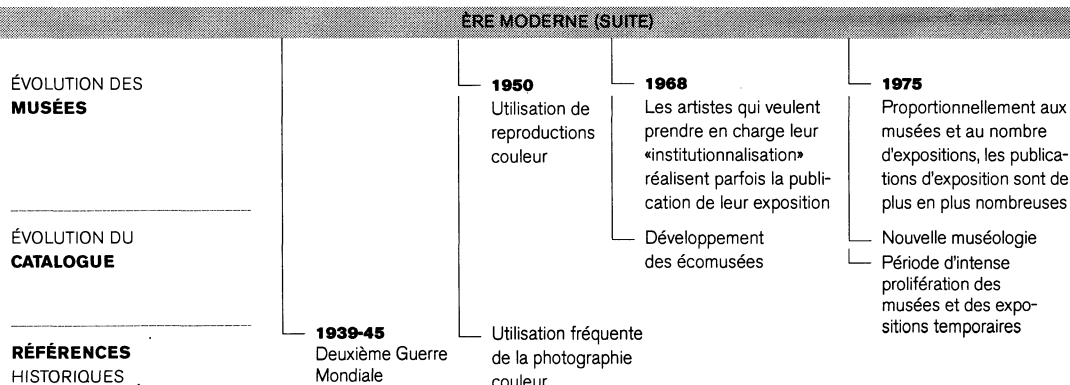
Naissance de l'idée du musée d'art moderne

1929

Période de professionnalisation dans les musées jusqu'en 1950
Crise économique

Mais quelle place occupe la publication dans ces étapes ? Les suit-elle ? Les partage-t-elle ? Ou bien en a-t-elle qui lui sont particulières ? Nous devons répondre par l'affirmative aux trois dernières questions. Nous pouvons dire que la publication d'exposition partage avec l'exposition les trois étapes principales, soit celles de la planification, de la réalisation et de la présentation, bien qu'elles ne soient pas nécessairement synchronisées.

De l'exposition et la publication, laquelle prend naissance en premier ? La publication étant dépendante de l'exposition, la réponse semble assez évidente. Demeurant parallèle à l'exposition, elle n'y est pourtant pas systématique car une exposition peut très bien se dérouler sans qu'aucune trace écrite ne soit laissée à la postérité. Que l'on utilise le terme « catalogue d'exposition » ou « publication d'exposition », sans l'exposition, la publication voit son statut complètement changé. Elle devient monographie, catalogue de collection ou tout autre type de publication.



Le rôle

Nous avons mentionné précédemment que la publication d'exposition avait une fonction documentaire, de médiateur, et nous pouvons l'imaginer comme étant une source de revenu complémentaire. Mais, concrètement, pour quelles raisons les commissaires d'expositions s'intéressent-ils à la produire et ce, depuis les débuts de l'histoire des collections et des expositions ?

Communication et diffusion

Publier sous-entend « faire connaître quelque chose » et exposer signifie « disposer de manière à mettre en vue »^[21]. Les deux termes s'attachent à rendre public. Dans les deux cas, sans le visiteur-lecteur^[22], ni l'exposition ni la publication n'auraient de raison d'être. « La création d'un livre [ou d'une exposition] est une mise en forme d'une œuvre, d'un discours et d'informations dans la matérialité d'un objet médiateur qui aboutit dans les mains du [visiteur-] lecteur afin d'en prolonger le sens dans un univers autre que celui de sa genèse^[23]. »

L'exposition est conçue pour être visitée. S'il en était autrement, les musées se contenteraient de collectionner et de conserver. Tout comme le livre est conçu pour être lu, sans quoi l'écrivain se contenterait d'écrire sans publier. Les fonctions de diffusion et de communication sont donc partagées par l'exposition et sa publication.

[21]

TLFI,
op. cit.

[22]

Ce terme, adaptation du « spectateur-lecteur » de SCHRAENEN (*op. cit.*), sera utilisé pour désigner le visiteur d'exposition, en même temps que le lecteur de la publication d'exposition.

[23]

BLOUIN,
op. cit.

ÉPOQUE CONTEMPORAINE

1990

Les publications d'exposition prennent une forme toujours plus attirante et s'adressent à un public de plus en plus large

École américaine
Développement des musées, des ères d'accueil et des activités culturelles

2007

Les publications ne sont plus l'œuvre exclusive du conservateur, mais des services éducatifs, de commissaires ou de firmes indépendantes

Les communications et le marketing prennent de plus en plus de place dans les musées

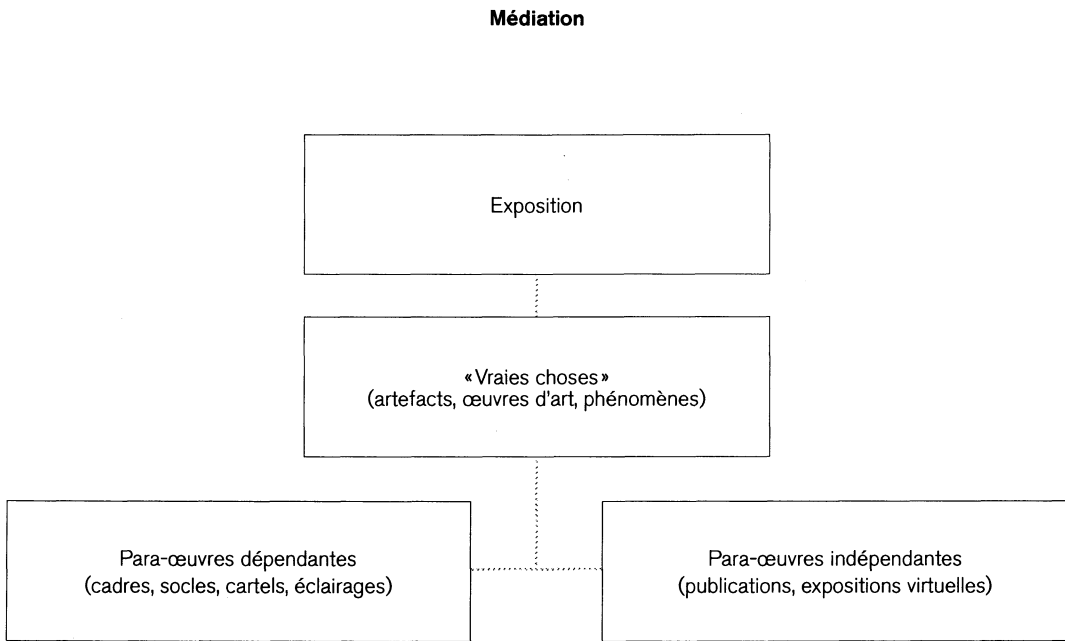
1992

Internet s'ouvre au grand public : Début d'une ère des communications

TABEAU 1
Les étapes de planification, de réalisation et de présentation
d'une exposition versus celles d'une publication

ÉTAPE	EXPOSITION	PUBLICATION
PLANIFICATION		
Orientation	Évaluation des potentiels muséographique et éducatif d'un thème (d'un sujet)	La publication d'exposition est dépendante de ces phases de planification de l'exposition
Recherche	Collecte et analyse d'information	À cette étape, le responsable de la publication pourra réfléchir au type de publication voulu, selon les ressources disponibles La plupart du temps, la publication suivra l'idée générale du concept et du scénario, mais elle peut toutefois adopter sa propre structure
Concept	Structuration, choix des objectifs, du fil conducteur	
Scénario	Découpage de l'exposition, moyens de communication, choix pour la scénographie	
RÉALISATION		
Plan détaillé	Confirmation des derniers emprunts, mise au point des vitrines, de l'accrochage, de la scénarisation, rédaction des textes et des vignettes, etc.	Choix des rubriques, des rédacteurs, du nombre de pages, des éléments graphiques et iconographiques
Fabrication	Exécution des éléments du décor, encadrement, restauration, achat d'accessoires, etc.	Prise de photos, numérisation, mise en page, rédaction, choix du papier
Montage	Préparation des salles, accrochage des œuvres, mise en place des textes, de l'éclairage, etc.	Impression
PRÉSENTATION		
Accueil	Formation de guides et création de documents d'accompagnement	La publication favorise un bon accueil de l'exposition
Entretien/ Diffusion	Maintien de la propreté, des normes de conservation	Le musée doit s'assurer d'une mise en marché et d'une diffusion continue
Évaluation	Enquêtes auprès des visiteurs	Une partie de cette enquête pourrait être réservée à la publication

FIGURE 2
La publication comme médiateur



La publication est-elle médiatrice de l'œuvre d'art au même niveau que l'exposition ? *A priori* non, car, comme nous le disions plus haut, son existence dépend de l'exposition qui n'en est pourtant pas garante à tout coup. Son rôle, pour emprunter le terme de Michel Gauthier^[24], s'apparente plutôt à celui de *para-œuvre*^[26]. L'éclairage, les cadres, les socles, les cartels, ainsi que la publication sont définis comme étant des parties intégrantes de l'exposition et s'avèrent nécessaires à la lecture de l'œuvre. « Le catalogue est à considérer comme un médiateur de l'œuvre, de plein statut, à l'instar, quoique différemment, du cadre ou du socle^[26]. » Différemment, parce que sa fonction « para-opérale^[27] » ne dépend pas, contrairement à ces autres médiateurs, de sa proximité avec les objets exposés. La publication d'exposition est inévitablement consultée par les critiques et les commentateurs d'œuvres et par le visiteur d'exposition qui veut approfondir le sujet. La publication sert ainsi d'intermédiaire, de médiateur.

[24]

GAUTHIER, Michel.

«Dérives périphériques».

Du catalogue: Les cahiers du Musée national d'art moderne, n° 56/57, 1996, p. 130.

[25]

Nous avons utilisé précédemment dans le texte le terme « médias subsidiaires » emprunté à CAMERON (*op. cit.*) et qui définit la même chose.

[26]

Espace

GAUTHIER,

op. cit., p. 131.

[27]

CAMERON,

op. cit.

[28]

BARBIER-BOUVET,

op. cit., p. 13.

[29]

MALLARMÉ, Stéphane,

Henri MESCHONNIC,

Christophe ROMANA

et Michel VALENSI.

Écrits sur le livre (choix de textes). Paris: Éditions de l'Éclat, Coll. «Philosophe imaginaire», n° 3, 1985 (extrait tiré de BLOUIN, *op. cit.*).

[30]

BLOUIN,

op. cit., p. 112.

[31]

SCHRAENEN,

op. cit., p. 122.

L'espace est la dimension première de l'exposition^[28]. Un espace tridimensionnel que le visiteur reconstruit tout au long de son parcours. La publication, bien qu'occupant un « volume » tridimensionnel, contient, entre ses pages, une version bidimensionnelle de l'exposition. Elle ne se contente toutefois pas d'en être exclusivement le reflet, une dimension en moins. Car, tout comme l'exposition, la publication possède une structure et une architecture qui lui sont propres. Stéphane Mallarmé voyait d'ailleurs dans « le Livre une possibilité de créer un lieu, un milieu défiant une géographie structurelle trop rigide comme espace de création »^[29]. Évidemment, cet espace ne peut être arpenté de la même manière par le visiteur-lecteur. L'exposition est une pratique du corps dans l'espace, alors que la publication est une pratique tactile / visuelle, « une petite sculpture que l'on tourne et manipule^[30] ». Les deux médias partagent toutefois, bien que différemment, la dimension d'espace à parcourir.

L'exposition est dépendante de l'espace dans lequel elle est souscrite. Bien que pouvant être itinérante, cette mobilité demeure bien relative. La publication, tel que mentionné précédemment, possède une liberté spatiale face à l'exposition, ce qui en facilite l'accès physiquement parlant. « Les catalogues ainsi conçus allaient pouvoir constituer des musées à domicile^[31]. » C'est doublement vrai de nos jours avec les différentes cyberlibrairies, qui rendent accessibles d'un simple clic l'achat de publications à la grandeur du monde. Cette mobilité de la publication, par rapport à la fixité de l'exposition, constitue donc un avantage indéniable dont les

musées devraient tirer parti à tout prix, le caractère mobile de la publication d'exposition constituant un outil important de diffusion pour les musées.

Une telle mobilité de la publication a un effet principal important, celui de promouvoir le musée et, par conséquent, l'artiste exposé. Car, si l'exposition contribue à la consécration d'un artiste ou de certaines œuvres, la publication permet de les faire connaître de tous. « [P]uisque l'institution exposante a jugé utile d'accompagner d'un catalogue la mise en montre, c'est que les œuvres exposées en valent la peine ; on sait quel prix la plupart des artistes attachent à la publication d'un catalogue à l'occasion d'une exposition. »^[32].

La publication d'exposition contribue à faire augmenter la notoriété d'un artiste ou encore d'une collection. Plus on publie sur un sujet, plus le sujet est reconnu. C'est la loi du marché !

Temps

La deuxième dimension de l'exposition est le temps : l'exposition est une manifestation ponctuelle et par conséquent éphémère. La publication est ce qui survit à l'exposition. « Le public ne s'y trompe pas : il achète souvent le catalogue pour pouvoir revenir à loisir sur l'exposition, la faire durer au-delà de son dénouement, c'est-à-dire d'une certaine manière pour pouvoir arrêter le temps »^[33]. »

La publication devient donc en quelque sorte une « exposition permanente » sur laquelle le visiteur-lecteur détient le contrôle. Cette dimension temporelle est intimement liée à l'histoire de l'écriture. « [L]a consignation de l'information par écrit a été, à tout le moins, l'un des projets de l'histoire de notre civilisation, qui a facilité l'accès à la connaissance et ce, pour le grand bénéfice des générations successives »^[34].

En effet, sans l'écriture sur l'art, qui a tenu ses débuts « officiels » avec Giorgio Vasari^[35], l'histoire de l'art n'aurait pu autant se développer et le niveau de spécialisation auquel nous sommes parvenus aujourd'hui n'aurait pu être atteint. Chaque publication d'exposition réalisée contribue à diffuser le savoir et à augmenter le champ historiographique auquel les spécialistes peuvent se référer. Pierre Rosenberg avançait d'ailleurs que « l'histoire de l'art a bien plus avancé grâce aux catalogues d'exposition que grâce aux livres »^[36]. L'œuvre d'art présentée dans l'exposition devient, grâce aux écrits, objet d'étude.

[32]

GAUTHIER,
op. cit., p. 131.

[33]

Ibidem.

[34]

BLOUIN,
op. cit., p. 17.

[35]

RECHT, Roland.
« La mise en ordre, note sur l'histoire du catalogue ».
Du catalogue : Les cahiers du Musée national d'art moderne, n°s 56/57, 1996, p. 21.

[36]

Cité dans CLERGEAU,
Marie-Françoise.
« Les nouvelles technologies et les catalogues d'exposition ».
In. LAZZI *et al.*, *op. cit.*, p. 218.

Si la diffusion du savoir par la reproduction de textes théoriques et d'essais est importante, celle des œuvres demeure aussi incontournable. Dès l'avènement de la gravure, on a su tirer parti de cette invention afin d'enrichir les catalogues, qui décrivaient déjà les œuvres, en y ajoutant alors une valeur documentaire indéniable. La reproduction a l'avantage de conserver cette réunion exceptionnelle d'objets qu'est l'exposition. Elle permet aussi de conserver l'image d'une œuvre et d'en sauvegarder la mémoire, quoi qu'il arrive à l'original. La reproduction a aussi facilité le travail de comparaison entre des œuvres géographiquement très éloignées, permettant ainsi aux spécialistes d'engendrer des réflexions et d'arriver à des conclusions qui auraient été impossibles sans cette invention. Bien qu'« à la plus parfaite reproduction il manquera toujours une chose : *le hic et nunc* de l'œuvre d'art – l'unicité de son existence au lieu où elle se trouve^[37] », nous pouvons affirmer que la reproduction des œuvres d'art dans les publications d'exposition constitue une source documentaire non négligeable, autant au point de vue de la mobilité que de la permanence.

[37]

BENJAMIN, Walter.

L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique.

Paris : Éditions Allia, 2003, p. 13.

[38]

LEBERT, Marie-France.

De l'imprimé à Internet. Paris : Éditions 00h00, 1999, p. 18.

[39]

Idem, p. 206.

Imprimé vs Internet

Si Internet est vraiment présent dans nos vies depuis une dizaine d'années, l'imprimé, qui a provoqué une évolution comparable en son temps, l'est depuis cinq siècles. Aujourd'hui, à l'aube du XXI^e siècle, nous commençons seulement à entrevoir les transformations qu'engendrera Internet. De plus en plus de spécialistes et de chercheurs se penchent sur les relations qu'Internet entretient avec l'imprimé. Internet tend-il à remplacer l'imprimé ? À le compléter ? Quelles relations entretiennent-ils l'un par rapport à l'autre ? Quel rôle, quelle place doivent-ils respectivement occuper ?

De nos jours, de plus en plus d'ouvrages voient le jour à la fois sous formes papier et électronique. Des cybermagazines sont publiés exclusivement sur Internet et de plus en plus de catalogues de bibliothèques peuvent être consultés en ligne. « En bref, Internet est devenu indispensable pour se documenter, avoir accès aux documents et élargir ses connaissances^[39]. »

L'interaction entre document électronique et document imprimé est de plus en plus forte. Déjà, la très grande majorité des documents imprimés sont issus d'un document électronique (logiciels de traitement de texte, de mise en page). « De plus en plus de documents n'existent désormais qu'en version électronique, et de plus en plus de documents imprimés sont numérisés^[39]. »

Les grands avantages du document électronique sont sa facilité et sa rapidité d'accès ainsi que son moindre coût. Toutefois, bien que ces avantages soient considérables, l'imprimé en procure d'autres qu'Internet n'est toujours pas en mesure d'offrir. Nous parlons, en premier lieu, de l'ergonomie de la lecture. Le livre peut être lu dans le métro ou sur le bord de la plage, glissé dans la poche ou dans le sac à main et, surtout, il offre une interface confortable contrairement à l'écran lumineux d'un ordinateur. De plus, l'acte de feuilletage, qui peut sembler futile au premier abord, en est un pourtant extrêmement important « dans les mécanismes cognitifs d'assimilation cruciaux de l'apprentissage »^[40]. Le marché de l'informatique essaie toutefois de se rapprocher des livres avec le livre électronique, ce « petit portable en forme de livre, muni d'un écran de visualisation, qui permet de stocker et de lire les publications en ligne disponibles par téléchargement dans Internet »^[41]. Nous entendons aussi parler depuis peu du iPhone de Apple dont certaines applications requièrent la reproduction du geste de feuilletage. Diverses compagnies travaillent ainsi à développer des technologies qui se rapprochent de l'ergonomie et du confort de lecture que procure le livre.

Mais pouvons-nous imaginer qu'un écran, aussi techniquement parfait soit-il, pourrait remplacer un catalogue ? Je ne crois pas. Il y a une sensation de plaisir tactile en plus d'une gratification psychologique dans le feuilletage d'un beau livre. Prendre dans ses mains le catalogue d'une exposition que nous avons particulièrement appréciée, en admirer d'abord la couverture, le soupeser pour sentir la lourdeur du papier, le feuilleter et s'arrêter sur quelques images en revenant ensuite de nouveau aux images de la couverture, cela provoque des sensations qui n'ont rien de rhétorique, et qu'un disque métallique, pouvant contenir l'entièreté de l'Encyclopédie britannique, ne pourra jamais communiquer^[42].

De plus, le livre est un objet physique pouvant être possédé, mis en bibliothèque et conservé, ce que le virtuel n'offre pas. Avec le livre virtuel, une dimension essentielle du livre serait perdue : le livre dans sa matérialité, le livre objet de possession. Le lecteur, qu'il soit collectionneur ou non, apprécie les livres dans leur matérialité, comme choses, comme objets d'acquisition et de collection, dimension que le virtuel pourra difficilement atteindre.

Si Internet n'est pas encore totalement en mesure de remplacer le livre, il joue quand même un rôle primordial dans le domaine de la publication de nos jours.

Nous l'avons mentionné précédemment, les cyberlibrairies pourraient s'avérer d'excellentes occasions de mieux faire connaître les publications d'exposition et, par conséquent, de permettre l'augmentation des réseaux de distribution et le pourcentage des ventes. Il existe deux principaux types

[40]

Môle Armoricaïn de Recherche sur la Société de l'information et des usages d'Internet
<http://www.marsouin.org/article.php?id_article=41>
(consulté le 25 mai 2007).

[41]

Grand dictionnaire terminologique, op. cit.

[42]

PRINCIPE, Franca.

« L'opinione di un fotografo ».
In. Lazzi *et al*, *op. cit.*, p. 66.
(Traduit de l'italien par Marie-Hélène Foisy).

de cyberlibrairies. Les librairies dites « traditionnelles » qui ont vitrine sur rue, telles qu'Archambault et Renaud-Bray, qui vendent leurs publications par le biais d'Internet, et les librairies entièrement virtuelles, par exemple Amazon. Elles ont des vitrines Internet virtuellement disponibles partout où il y a connexion et peuvent livrer leurs produits internationalement. L'internaute peut y consulter le catalogue des publications, lire les résumés et les extraits et, surtout, il n'a pas à se déplacer et peut effectuer son paiement par carte de crédit. Bref, la librairie entre chez le consommateur.

Il est réaliste de penser que, en ce moment et encore pour plusieurs années, les éditions numériques et imprimées devront travailler parallèlement et demeurer complémentaires. « Par contre, à terme, les fonctions de l'édition traditionnelle devront certainement être redéfinies en profondeur face au développement de l'édition électronique et aux perspectives qu'elle offre, à commencer par sa rapidité d'accès et son coût ^[43]. »

Avec les nouvelles technologies, le livre n'aura d'autre option que de changer, de muer et de se redéfinir. Ce qui n'est pas un mal en soi. Car, comme pour les organismes vivants, pour les livres aussi il est « tout à fait naturel qu'ils se développent, qu'ils prolifèrent, qu'ils changent de couleur, qu'ils tombent malades et qu'ils finissent par mourir » ^[44]. C'est l'évolution !

[43]

LEBERT,
op. cit., p. 75.

[44]

CARRION, Ulises.
Quant aux livres. Genève :
Éditions Héros-Limite,
1997, p. 87.

Conclusion

La publication d'exposition qui contient de l'information théorique et des reproductions constitue une source documentaire importante. Sa réalisation permet la pérennité de cette information, de même que l'enrichissement de l'historiographie et l'avancement de la recherche. Elle constitue un outil de diffusion et de promotion pour le musée, en tant qu'« exposition de poche », elle peut être envoyée partout dans le monde. Destinée directement au public des musées composé de spécialistes, d'étudiants, de curieux, d'amoureux de l'art, de touristes, des médias, et à bien d'autres que nous oublions probablement, il est primordial qu'ils s'en servent et y concentrent davantage d'énergie.

La publication d'exposition à l'ère du multimédia conserve son importance. Les musées devraient d'ailleurs se servir d'Internet afin de mieux en diffuser le contenu, de rendre public l'inventaire de leur librairie et d'ainsi permettre les ventes à distance. Une bonne publication ne peut qu'enrichir la reconnaissance d'un musée.

La publication d'exposition est un support, de même qu'un produit complémentaire important de l'exposition. Bien que n'étant pas essentielle

au succès d'une exposition, elle n'en demeure pas moins un élément qui peut s'avérer parfois très influent. Combien de fois avons-nous entendu parler d'une publication riche en information, constituant un bel objet et ce, même lorsque l'exposition est terminée ? La publication subsiste à l'exposition et elle est gardienne de la mémoire de tout ce travail de recherche et de cette réflexion théorique qui sont développés lors de l'élaboration de l'exposition. Cette pérennité, doublée de cette mobilité, ajoutée à cette accessibilité, constituent sans aucun doute trois raisons principales qui font que les musées, malgré des coûts élevés de production, continuent de publier à cette ère où l'imprimé est remis en question.

[45]

Idem, p. 40.

« Un livre est un volume dans l'espace. Les mots constituent le véritable espace de la communication – son *hic et nunc*^[45]. »

Summary

Publication and Museum Studies:

Essay on the Role of Publications in Museums

[Translated by Allana Carlyle]

This study on the topic of exhibition publications stems from work done with the records of Gabor Szilasi. These records will be used to collaborate on an exhibition publication that will accompany a retrospective exhibition on the photograph at the Musée d'art de Joliette in 2009.

[46]

RAPETTI, Rodolphe.
«L'exposition-événement».
L'avenir des musées. Actes
du colloque organisé au musée
du Louvre, 23-25 mars 2000.
Paris: Éditions de la Réunion
des musées nationaux, 2001,
p. 57.

[47]

OUELLET, Line.
«Le règne des expositions
temporaires». *Muse*,
janvier-février 2006, p. 26.

Space and time: these are two words that describe the world of exhibitions in the most precise way possible. Space, both occupancy and staging, and time, both ephemeral and temporary.

Hic et nunc: the reality of space and time is even more present in our day with the penchant towards temporary exhibitions growing ever stronger. Because it is an exceptional gathering of common objects, because it is distinctly limited in its length, the exhibition defines itself as an event.^[46]

The tendency of a museum to always turn itself more towards its public, forces it to offer programs that are as varied and appealing as possible, in line with its competitors in the cultural milieu such as theatres, cinemas, and concert halls. By passing from one exhibition to another at an intense pace, museums create a high frequency of events, enabling them to attract a vast public. The consequence of such an evolution is that the programming of exhibitions has become an essential key to the survival and success of a museum.^[47]

However, the exhibition is the result of a long process of ideation and research that cannot be understood in all its complexity by the public. But what becomes of the efforts and results that led up to the exhibition after it has ended? Is it not important to keep a trace of the exhibition in the historical annals? If so, by what method should it be done? A portion of the answer might be found in the saying "exhibitions fly away but writings remain."

The publications produced around exhibitions end up becoming reference tools and important works in historiography. However, their role and permanence still remain vast and undefined. What should or what can these publications contain? To what purpose are they conceived? For whom are they written? What relationship do they have to the research done on the content of the exhibition or to the exhibition itself? What relationship does the publication have to the museum visitor? Is it a souvenir? A coffee table book? A reference book?

To better understand the subject of this study, it must be redefined and put into context. Therefore, the author first addresses the origins and evolution of this type of publication. She then compares the different categories of publications produced in the fields of art and museums and then examines the accompanying terminology. Finally, she briefly analyzes the form and content of the catalogues derived from a variety of fields of specialization.

Having well defined and described the exhibition publications and their origins leading up to the 21st century, the author begins a comparative study between the exhibition catalogue and the exhibition itself. This study includes the different modes of presentations, their structures, roles, functions, the intrinsic relationships they foster and their respective methodologies.

Studies related to the world of publishing today must also include a study on the place it occupies in the era of multimedia, an issue that is broached in the last section.

The essay concludes by revisiting the elements that define exhibition publications and by reflecting on their importance to museums in the 21st century.