

S'APPROPRIER ET EXPOSER L'ALTÉRITÉ et L'EXEMPLE DES DISPOSITIFS MUSÉAUX ET MARCHANDS

Nous avons vu tout au long de cette recherche que la valeur des objets ethnographiques est fixée selon un cadre de conventions sociales et économiques défini par l'ensemble des acteurs du champ : musées et marchés participent tous deux à la stabilisation du champ, incertain. Les circuits de reconnaissance sont dédoublés, entraînant une lutte pour la position dominante dans le champ. L'appropriation de cette parole d'autorité passe majoritairement par des outils discursifs, dont un des plus importants est l'exposition.

Ce chapitre a donc pour objectif de braquer sa focale sur l'exemple de l'exposition et de l'appréhender comme un outil aux multiples facettes : elle permet en effet à la fois d'exposer les conventions selon lesquelles les acteurs pensent que l'objet est valorisé, mais aussi de transmettre et de diffuser ces conventions. En outre, l'exposition est aussi pour chaque acteur un outil de (dé)monstration de sa connaissance, laquelle au cœur des stratégies des acteurs du champ peut permettre de revendiquer ou d'asseoir une position dominante dans la hiérarchie négociée dans le champ⁶⁵³.

Appréhender les formes d'appropriation de l'altérité et leur diffusion n'est pas une proposition nouvelle, comme nous l'avons vu *supra* dans l'état de l'art⁶⁵⁴ : Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008: 13-15), par exemple, traitent de cette appropriation par les collectionneurs d'art africain et océanien et incluent l'exposition comme outil important de cette appropriation et de sa diffusion. Nous avons aussi vu dans le premier chapitre de ce travail comment nombre d'auteurs ont souligné le caractère médiatique de l'exposition, vue comme un processus de transmission d'un message signifiant et construit (Karp et Lavine, 1991, Mairesse, 2010b, Mairesse et Hurley, 2012).

Si le chapitre précédent s'est arrêté sur la construction de la valeur des objets ethnographiques, ce chapitre se consacre quant à lui à l'analyse et à la comparaison des différentes formes d'expositions présentes dans le champ et

⁶⁵³ Voir *supra*, Chapitre 5, point 5.3.2 Maîtriser la narration et l'information : musées et marchés face à face, p. 396.

⁶⁵⁴ Voir Chapitre 1, point 1.1.2 L'appropriation de l'altérité au travers du dispositif, p. 51.

observées durant ce terrain de recherche. Ceci devrait permettre de cerner quelle forme de représentation de l'altérité les expositions véhiculent et comment elles le véhiculent.

Pour ce faire, nous commencerons par revenir sur le terme d'exposition entendu ici. Cette définition posée nous amènera à considérer tous les « moments expositionnels » se déroulant dans le champ et à nous pencher sur leurs caractéristiques. Enfin, la deuxième partie de ce chapitre mettra en lumière les différentes modalités d'exposition de l'objet ethnographique et, en les comparant entre institutions muséales et marchés, esquissera les formes d'appropriation plébiscitées dans le champ et participant, par conséquent, à la valeur des objets ethnographiques.

6.1 LES DISPOSITIFS EXPOGRAPHIQUES D'OBJETS ETHNOGRAPHIQUES

6.1.1 Qu'est-ce qu'une exposition ?

Donner à voir, mettre en valeur, rendre efficace, mettre en exposition, mettre en espace, muséographier, scénographier, expographier, disposer, exposer, présenter, montrer, installer... La recherche sur les expositions s'est considérablement développée ces dernières années et s'est enrichie de nuances sémantiques et de concepts nouveaux. Il apparaît donc essentiel ici de s'arrêter sur la définition de l'exposition entendue dans le reste de ce chapitre et sur les conséquences méthodologiques et épistémologiques de ces présupposés.

La plupart des définitions élaborées en muséologie ou en histoire de l'art accordent une place importante au dispositif : pour Jean Davallon, l'exposition est un « dispositif résultant d'un agencement de choses dans un espace avec l'intention (constitutive) de rendre celles-ci accessibles à des personnes (sujets sociaux) » (Davallon, 1999: 1) ; pour Claire Merleau-Ponty et Jean-Jacques Ezrati, la muséographie est « un ensemble de dispositifs », qui se différencie de la scénographie ou de la mise en espace (Ezrati et Merleau-Ponty, 2005: 190) ; pour François Mairesse et Cécilia Hurley, le *dispositif* et le *display* sont deux éléments centraux de toute mise en exposition (Hurley, 2011, Mairesse et Hurley, 2012).

Dans le premier chapitre de ce travail, nous avons vu pourquoi et comment était appréhendé le terme de *dispositif* et en quoi il avait été jugé préférable, pour cette recherche, à celui d'*appareil*⁶⁵⁵. « Ensemble résolument hétérogène » (Foucault, 1998: 299) composé des praxis, de savoirs, de mesures, d'institutions dont le but est de gérer, de gouverner, de contrôler et d'orienter les comportements, les gestes et les pensées des hommes » (Agamben, 2014, p. 28), le concept de dispositif désigne non seulement l'ensemble de différents éléments, mais aussi leurs relations les uns par rapport aux autres et leur propension à garantir les positions d'autorité à l'œuvre dans un champ. Il est donc bien ici question d'un outil de négociation des légitimités et des places dans la hiérarchie du champ et il est pertinent d'employer le terme de *dispositif expographique* pour désigner les présentations d'objets ethnographiques dont l'analyse est faite ici. Le dispositif expographique désigne alors non seulement l'action d'exposer et le système dans lequel s'insère cette action, mais aussi le résultat de cette action et le lieu où se situe ce résultat⁶⁵⁶.

Suivant cette logique, les expositions dont nous proposons l'analyse dans ce chapitre – et la façon dont ce terme est utilisé dans la suite de ce texte – sont appréhendées comme des dispositifs expographiques : elles ne se limitent pas aux expositions au sens de résultat de l'action, principale fonction des musées, mais renvoient à tous les mécanismes à l'œuvre et englobent à ce titre différents types d'expositions ou de « moments » : expositions muséales, mais aussi présentations lors d'une vente aux enchères, transactions ou temps d'échanges des objets.

Il est bien évident que ces différents dispositifs expographiques déployés durant ces différents « moments expositionnels » n'ont pas les mêmes objectifs, ne visent pas les mêmes publics et ne sont pas élaborés de la même manière⁶⁵⁷. Il est cependant intéressant de considérer tous ces moments et ce que les choix des

⁶⁵⁵ Voir *supra*, Chapitre 1, point Si l'art est un langage, l'exposition est-elle un message ?, p. 52.

⁶⁵⁶ Comme la définition de l'exposition proposée par le CNRTL ou *Les concepts clé en muséologie* (Desvallées et Mairesse, 2011). La lecture de l'article du CNRTL et de ses exemples est à ce titre très percutante et compare « sortir de l'exposition des pastellistes », avec le « catalogue de l'exposition ».

⁶⁵⁷ Un constat que nous avons déjà pu entr'apercevoir en filigrane de ce travail, par exemple lors de l'exposé des foires ou des événements muséaux au Chapitre 4, point Le public au centre des préoccupations, p. 307.

dispositifs qui les portent disent des modalités d'appropriation de l'altérité. Ces dispositifs s'élaborent-ils tous selon le même cadre de conventions ? Quel est-il et que suppose-t-il ? Observe-t-on réellement une scission entre les modalités de présentation, selon que l'on se situe dans un univers marchand ou muséal, selon le public ou l'objectif de l'exposition ? Si oui, sur quels plans se situent ces différences ?

6.1.2 Les moments expositionnels de l'objet ethnographique

Le terrain effectué entre 2013 et 2017 a mis en évidence différents « moments expositionnels » lors desquels se déploient les dispositifs expographiques tels que la définition ci-dessus l'entend : des expositions d'objets, permanentes ou temporaires, dans les galeries, les musées et les ventes aux enchères, mais aussi des expositions d'objets plus marginales, relevant de mises en scène largement déployées, comme dans le cas des ventes aux enchères, ou plus furtives, comme lors de rapides exhibitions d'objets dans les coulisses de galeries⁶⁵⁸.

Les expositions des musées

Les « moments expositionnels » déployés dans les musées correspondent majoritairement au sens classique de la définition d'exposition et concernent pour cette recherche les expositions tenues dans les musées de l'échantillon de recherche⁶⁵⁹, à savoir : l'exposition permanente du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, du Musée de l'Homme, du Musée d'ethnographie de Genève, du Pavillon des Sessions du Louvre et du Musée royal des Beaux-Arts de Bruxelles, ainsi qu'un certain nombre d'expositions temporaires de ces institutions, du Musée Barbier-Muller, de la Fondation Musée Dapper et du Musée d'ethnographie de Neuchâtel⁶⁶⁰.

⁶⁵⁸ Comme je l'exposais au chapitre méthodologique (point Autres acteurs, p. 191), les vides-greniers et marchés aux puces, s'ils ont été observés, n'entrent dans l'analyse que comme contrepoint comparatif, puisque les relations entretenues avec les institutions muséales sont quasi inexistantes.

⁶⁵⁹ Voir Chapitre 3, point Les musées, p. 188.

⁶⁶⁰ Pour le détail des expositions, voir l'annexe 3.2 : observations, section « liste des expositions observées » qui liste la totalité des expositions de l'échantillon de recherche. L'annexe 6.1 reprend une synthèse des notes d'observation de ces expositions.

Les maisons de ventes et les enchères

Les musées ne sont pas les seuls à organiser et présenter ce type d'expositions au sens classique du terme ; les maisons de ventes aux enchères présentent au public les objets destinés à la vente. Les potentiels acheteurs, mais aussi les curieux – puisque les expositions sont gratuites et ouvertes au public – ont ainsi la possibilité de voir les objets, mais aussi de les toucher, sur demande, d'obtenir certains renseignements, et de les photographier. Ces expositions se tiennent en général trois ou quatre jours avant la vente à proprement parler pour Sotheby's et Christie's, parfois le jour même, quelques heures avant, pour les ventes de moindre importance.

Cependant, les objets ne sont pas seulement exposés lors des présentations au public avant les ventes, mais aussi et surtout pendant les ventes. Véritables mises en scène où se côtoient de nombreux rôles – experts, crieurs, commissaire-priseur, clerks, etc. – l'objet est présenté à différents moments : il est parfois exposé durant toute la vente, dans la salle, en marge du public ou derrière les clerks et commissaires-priseurs, mais il est la majorité du temps stocké et sorti brièvement lors de son enchère. Ce moment de monstration est fortement codifié : l'objet est amené par un clerc sur un présentoir, parfois déposé, parfois maintenu, il est proposé à la vue du public, qui peut demander à l'observer de plus près. Si certains éléments sont mis en exergue par l'expert ou le commissaire-priseur au moment de la présentation de l'objet, qui est parfois longuement décrit par le commissaire-priseur, l'objet peut alors être retourné, ouvert, passé dans le public, etc.

La mise en scène non seulement de l'objet au sein de la vente, mais aussi des enchères dans leur totalité participe à la création d'une fascination pour les objets présentés lors de ces moments : en amont, le catalogue prépare à la monstration de l'objet durant la vente ; pendant, le rythme donné par le commissaire-priseur, l'ordre d'apparition et de disparition des objets, les conflits surgissant dans la salle et leur gestion par le personnel de la vente, etc. participent de la mise en scène de l'objet, contribuant à le valoriser ou à le dévaloriser⁶⁶¹.

⁶⁶¹ Nous ne revenons pas sur le détail des ventes observées, pourquoi et comment, cet aspect méthodologique étant longuement traité dans le chapitre 3 de ce travail (point Les maisons de ventes aux enchères, p. 190). L'annexe 3.2 reprend ainsi la liste des ventes

Les expositions et transactions en galerie

Les moments de transaction sont donc des espaces d'exposition des objets autant que leur présentation au sein d'expositions au sens classique. Ces mises en scène des transactions se retrouvent dans les galeries, où elles sont cependant souvent beaucoup plus confidentielles. Il n'a pas été possible d'y assister régulièrement sur ce terrain de recherche et leur connaissance ne se fait qu'à partir de rapports effectués par les acteurs du champ. Cependant, outre ces transactions les galeries effectuent aussi des expositions classiques d'objets dont les plus importantes se déroulent lors des foires et des salons. Les expositions prises en compte se trouvent donc au croisement des galeries de l'échantillon de recherche et des foires et salons observés⁶⁶².

6.2 LE THÉÂTRE DE L'AUTRE

Pour déployer l'analyse qui permette de répondre à ces questions, il est nécessaire de s'équiper d'un certain nombre d'outils. Comme nous l'avons vu *supra*, l'étude des expositions ne bénéficiant pas encore d'une méthodologie fixée et éprouvée⁶⁶³, un détour par la notion de théâtralité permet de trouver des méthodes adéquates. En effet, le concept de théâtralité n'est pas à restreindre au champ théâtral, comme le proposait Gurvitch (1956) :

« La dilatation progressive de la catégorie de théâtre [...] a permis de mettre mieux en lumière les éléments dramatiques dont est nourrie la vie même des sociétés et de s'apercevoir que les phénomènes du jeu, de la fiction et du masque (au sens plus large de ces mots) ne sont pas limités à l'espace théâtral proprement dit ».

observées. L'annexe 6.2 présente une synthèse des notes sur les ventes aux enchères observées.

⁶⁶² Voir *supra*, Chapitre 3 : pour les galeries de l'échantillon de recherche, point Les galeries, p. 189 et l'annexe 3.1 : acteurs de l'échantillon de recherche, section « les galeries » et pour les foires et salons observés, point Observation et observation participante, p. 196 et l'annexe 3.2 : observations, section « liste des foires et salons observés ». L'annexe 6.3 reprend une synthèse des observations des expositions proposées par les galeristes lors des foires et des salons.

⁶⁶³ Voir *supra*, Chapitre 1, le cadre disciplinaire et chapitre 3, la méthodologie de ce travail de recherche.

Le théâtre est aussi une cérémonie qui sert à marquer un moment ou un acte décisif pour la société (Duvignaud, 1965: 4) ; une approche bien connue de la sociologie et de l'ethnologie grâce au travail d'Erving Goffman pour qui toute interaction sociale est théâtre et théâtralité : « il semble que nous passons notre temps à donner des spectacles plutôt qu'à fournir des informations » (Goffman, 2009 [1974]: 508). Considérer ces moments expositionnels – expositions, mais aussi ventes – comme des moments de théâtralité permet alors d'appliquer à leur analyse des méthodes propres à ce domaine. L'analyse des dispositifs d'exposition peut donc s'intéresser aux contenus déployés sur la scène – décors, masques, maquillage, etc. – mais aussi aux auteurs de ces contenus⁶⁶⁴ et aux coulisses. Finalement, l'analyse se doit de n'écarter aucun individu impliqué dans la construction de cette pièce et s'intéressera non seulement aux réalisateurs et acteurs, mais aussi aux spectateurs. Nous verrons donc dans la suite de ce chapitre ce qui est montré, mais aussi comment les objets et propos sont montrés par des concepteurs et scénographes, pour un public plus ou moins défini par ces derniers et dans un objectif précis. Dans un mouvement allant du confidentiel au public, nous verrons dans un premier temps quels sont les éléments du dispositif prenant place dans les coulisses : quels sont les acteurs opérant en coulisses, quels sont les espaces situés en arrière-scène ou en marge de la scène principale que constitue l'espace d'exposition de l'objet ? Dans un deuxième temps, il s'agira d'appréhender le dispositif expographique principal : quels sont les objets présentés, comment le sont-ils et par quels discours sont-ils portés ? Finalement, l'analyse s'arrêtera sur le public visé, ses spécificités – ou non – selon chaque dispositif et « moment expositionnel ».

De façon générale, il s'agit d'appréhender tout au long de cette partie l'exposition comme un théâtre où les objets, jugés selon les critères définis par les acteurs du champ, sont mis en scène, ceci afin de comprendre les enjeux relatifs à la construction, au maintien et à la diffusion de la valeur de ces objets.

⁶⁶⁴ Cette catégorie sera très peu abordée dans ce chapitre et pour un descriptif de ces acteurs, des identités professionnelles, des hiérarchies et tensions entre groupes professionnels, voir *supra*, Chapitre 4.

6.2.1 Les coulisses : préparation et monstration

Les auteurs des contenus et le choix des contenus

Les acteurs impliqués dans la production et la réalisation des expositions ainsi que les manières de décider des contenus peuvent sembler très variés entre les institutions muséales et les galeries ou les maisons de ventes aux enchères. Certes, des différences importantes existent : le musée est guidé par des logiques institutionnelles puissantes où cohabitent les tensions et les collaborations entre les nombreux services internes – mais aussi sous-traitants externes – impliqués dans le choix des thématiques et des contenus d’une exposition, et où des implications politiques et économiques peuvent être très présentes.

À l’interne, tout d’abord, les manières de fonctionner sont relativement différentes entre les institutions, particulièrement dans l’élaboration des contenus scientifiques : là où certaines institutions comme le MRAC ou le Musée d’ethnographie de Neuchâtel possèdent en leur sein un vivier de chercheurs ou de conservateurs fournissant les thématiques, et effectuant toutes les recherches scientifiques nécessaires à la conception de l’exposition, d’autres musées comme le MQB fonctionnent généralement avec des commissariats extérieurs. D’autres encore, comme le Musée de l’Homme, adoptent des systèmes hybrides impliquant à la fois des commissaires internes et des commissaires externes⁶⁶⁵, bien que de nombreux chercheurs soient rattachés à leur structure. C’est que travailler uniquement à l’interne possède ses limites : les chercheurs étant souvent très spécialisés, géographiquement ou thématiquement, les contenus des expositions sont rapidement réduits ou fortement homogénéisés.

Les acteurs impliqués dans la conception et la réalisation d’une exposition au sein d’un musée sont en outre très variés, tant sur le plan de leur formation, que de leur

⁶⁶⁵ « Moi quand je suis arrivée ce que j’ai proposé, c’est qu’on ait un co-commissariat et qu’on s’associe un commissaire scientifique extérieur. Parce que toutes les spécialités ne sont pas présentes au Muséum et ça permettait de décroisonner un peu. J’ai proposé un principe de commissaire général, c’est-à-dire quelqu’un qui a des choses à dire sur le sujet mais qui n’est pas un scientifique. Là [l’exposition *Nous et les Autres*, en préparation], c’est Lilian Thuram et sa fondation de lutte contre le racisme. Pour Néandertal, ça sera Marylène Patou-Mathis, qui est préhistorienne du Muséum, avec Pascal Depaepe de l’INRAP, et le commissaire général ce sera Philippe Dajun ». Extrait d’un entretien mené avec Anne Stéphan à Paris, le 25 février 2016.

parcours ou de leur rôle dans le processus ; cohabitent des services de muséologie, des services de publics, des commissaires d'expositions, des services de gestion des collections ou de régisseurs, etc. donnant souvent naissance à de nombreuses tensions. « On est entre deux feux »⁶⁶⁶ est un sentiment souvent partagé au sein des différents services et départements des musées. Les tensions entre services ou individus sont réelles et se cristallisent surtout sur des avis différents quant aux objectifs et aux manières de réaliser l'exposition : est-elle faite pour délivrer un savoir scientifique produit par les chercheurs et en partie vulgarisé ? Le cas échéant, à quel degré la vulgarisation doit-elle être poussée ? Pour impliquer les communautés concernées ? Pour divertir un public le plus large possible ? Les réponses à ces questions influent bien évidemment sur la manière de faire les expositions et deux tendances se confrontent généralement au sein des institutions étudiées : des expositions orientées objets, basées sur des collections ou des ensembles géographiquement homogènes, portées par les conservateurs ou scientifiques des institutions ; des expositions orientées parcours, généralement thématiques et transversales, vulgarisées et souvent participatives, impliquant fortement les publics et les communautés, portées par les services de publics et de muséographie.

Le terrain de recherche a montré que, bien que fortement ressenties par les acteurs des institutions, ces deux positions sont évidemment beaucoup plus nuancées dans les faits, les expositions résultant de compromis entre ces deux tendances. En outre, s'ajoutent à ces enjeux internes aux musées les rapports et positionnements entre institutions elles-mêmes. Comme pour les choix d'acquisitions⁶⁶⁷ – et peut-être plus fortement que pour ces derniers – les choix d'expositions et de leurs contenus contribuent pour les musées à les positionner dans le paysage culturel et à forger leur identité institutionnelle. Ainsi, au moment d'ouvrir le Musée de l'Homme, comme pour la politique d'acquisition, les équipes ont réfléchi à la plus-value de ce musée par rapport aux institutions proches, géographiquement ou thématiquement. Il s'agissait alors non d'inscrire le musée dans un modèle standard de ce que devrait être un musée d'ethnographie ou la présentation des

⁶⁶⁶ Extrait d'un entretien mené avec un responsable du service muséographique, en 2016.

⁶⁶⁷ Voir supra, Chapitre 5, point 5.1.4 Bilan : un système donnant-donnant, p. 339.

objets ethnographiques, mais bien de le différencier des institutions existantes, dans une logique mêlant valorisation des acquis de l'institution, plus-values possibles et concurrence des institutions entre elles :

« Quand je suis arrivée, on m'a dit : "il y a trois thèmes possibles [pour les expositions] : les momies, les Dolgan et les photos de chantier". Les momies : le scientifique en charge de cette collection m'a dit qu'il avait besoin de deux ans encore pour finir de les restaurer et de les documenter et à ce moment il y avait une expo qui s'appelait *Eight Mummies* au British Museum, donc je me suis dit qu'on n'aurait jamais le temps en un an de faire aussi bien que ça ! [...] Dolgan en fait ça a abouti à l'expo photo, il n'y avait pas matière à faire une exposition de 600 mètres carrés. En plus, le repositionnement du Musée de l'Homme fait que les expositions temporaires seront essentiellement des expo thématiques et pas monographiques et, à fortiori, pas monographiques sur une communauté. Le Musée de l'Homme s'est repositionné sur le domaine de l'anthropologie biologique, sociale et culturelle et pas seulement de l'ethnologie. De toute façon, ici on parle plutôt d'ethno-biologie ou d'ethno-écologie, c'est-à-dire : Lévi-Strauss est parti au quai Branly et ici il y a Haudricourt et Leroi-Gourhan, entre ethnolinguistique, préhistoire et ethno-biologie »⁶⁶⁸.

Finalement, encore plus largement, les expositions – autant que les acquisitions – sont aussi au centre d'enjeux géopolitiques plus ou moins subtils. Les expositions *Jacques Chirac ou le dialogue des cultures* au MQB en 2016 ainsi que *La mission d'Aimé Humbert* et *Imagine Japan* au MEN en sont des exemples illustratifs : la première fut réalisée dans le cadre de la célébration des dix ans du Musée du quai Branly, renommé quai Branly-Jacques Chirac à cette occasion, et « dresse le portrait culturel de l'ancien président de la République »⁶⁶⁹. L'exposition présente ainsi une série d'objets, mais aussi cinquante-six dates clés de la carrière de

⁶⁶⁸ Extrait d'un entretien mené avec Anne Stéphan à Paris, le 22 février 2016.

⁶⁶⁹ Présentation générale de l'exposition qui figurait dans le texte de l'introduction et dans les documents promotionnels et que l'on peut aujourd'hui retrouver sur le site du Musée du quai Branly-Jacques Chirac à l'adresse : <http://www.quaiBranly-Jacques-Chirac.fr/fr/expositions-evenements/au-musee/expositions/details-de-levenement/e/jacques-chirac-ou-le-dialogue-des-cultures-36334/> [Consulté pour la dernière fois le 5 avril 2018].

Jacques Chirac, toutes associées à son intérêt pour les cultures non européennes et les arts en général. Le commissariat de l'exposition était en outre assuré par une personnalité politique : Jean-Jacques Aillagon, ancien ministre de la Culture sous la présidence Chirac. Cependant, les implications politiques ne se sont pas arrêtées au sujet de l'exposition : les textes ont été l'occasion de souligner l'implication de certains partenaires dans l'acquisition et la conservation des œuvres, comme ce cartel indiquant « œuvre acquise grâce au soutien du Groupe Bolloré, Grand bienfaiteur de la Société des Amis » (fig. 13). C'est aussi dans le cadre d'une célébration que le Musée d'ethnographie de Neuchâtel a ouvert son exposition *La mission d'Aimé Humbert* le 6 février 2014, pour fêter les 150 ans de la signature du Traité d'amitié et de commerce entre la Suisse et le Japon. Suivie par l'exposition *Imagine Japan*, présentant les dessins, gravures et estampes collectées par le diplomate suisse pendant sa mission ainsi que l'ouvrage qu'il publia à son retour, *La mission d'Aimé Humbert* fut l'occasion d'une inauguration privée conviant un grand nombre de personnalités politiques et diplomatiques à fêter ce traité dans les murs du musée. Le vernissage de sa grande sœur, *Imagine Japan*, fut aussi l'occasion d'une visite conjointe de l'exposition par le Président de la Confédération helvétique et par le prince héritier du Japon.

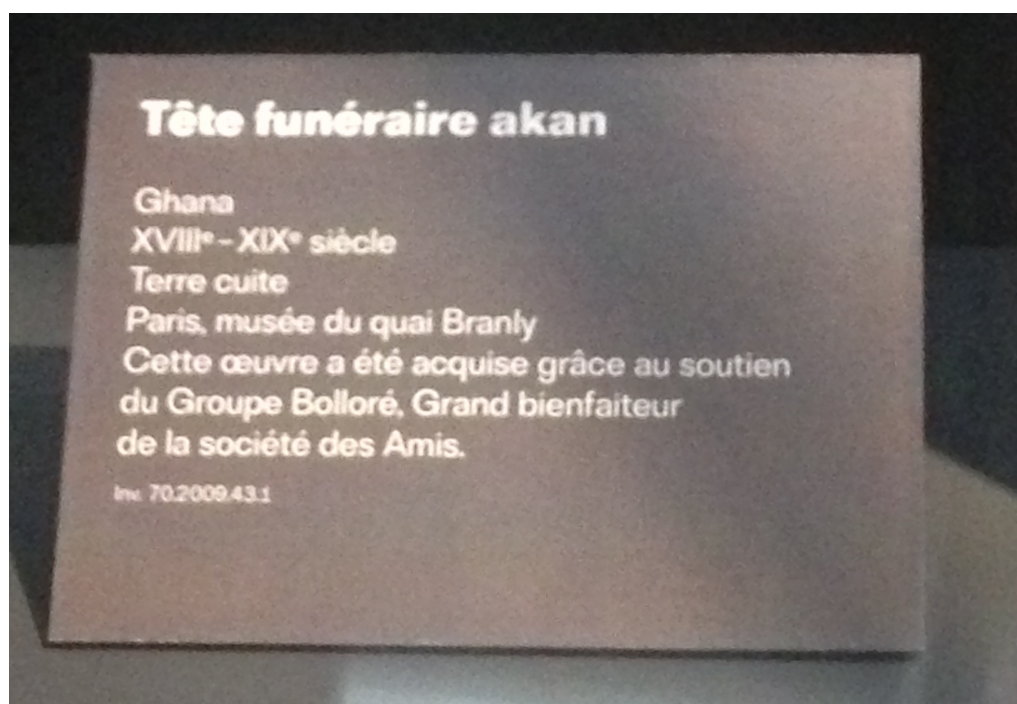


Fig. 14 : Cartel d'une sculpture de l'exposition Jacques Chirac ou le dialogue des cultures, Musée du quai Branly-Jacques Chirac, octobre 2016.

Politiques, les thèmes d'expositions sont aussi parfois des outils de stratégies plus globales des musées. Ainsi, les objets de la collection de Marc Ladreit de Lacharrière⁶⁷⁰ furent présentés lors de l'exposition *Éclectique* au MQB en 2016 ; trente-six des objets considérés comme « les œuvres les plus remarquables » furent offerts moins d'un an après l'exposition au Musée, pour une valeur estimée à cinquante-deux millions d'euros, soit cinquante fois le budget moyen annuel du musée⁶⁷¹. Du côté du Musée de l'Homme, l'exposition temporaire *Chronique d'une renaissance* se tenait en parallèle de l'exposition principale, afin d'expliquer et de justifier les choix scénographiques, muséographiques et institutionnels de l'exposition permanente⁶⁷².

On voit donc que l'exposition constitue un compromis des différentes forces en présence dans le musée d'ethnographie. Le choix des thématiques et contenus des expositions se font à la rencontre des exigences des divers acteurs impliqués dans l'institution muséale, selon leur formation, leurs intérêts et leurs représentations des objectifs que devrait atteindre une exposition de musée.

Ce rapport de force peut sembler particulier aux musées en tant qu'institution et inconnu aux milieux marchands où, dans le cas de la galerie, le galeriste choisirait seul sa propre exposition d'objets et où, dans le cas des maisons de ventes, les responsables présenteraient simplement les objets obtenus pour la vente à venir. S'il est certain que le nombre d'individus impliqués dans la conception d'une exposition de marchands est souvent moins important – ce qui peut même être contestable pour les grandes maisons de ventes aux enchères – et que les implications politiques ou institutionnelles sont bien moins fortes, il reste que les galeristes participants aux foires ne choisissent pas uniquement les objets à exposer sur la base de leurs trouvailles du moment : « Il y a souvent, il y a

⁶⁷⁰ Homme d'affaires français, président de divers groupes, investisseur, administrateur du Crédit Lyonnais, d'Air France ou de France Télécom et fondateur de son propre groupe la Financière Marc Lacharrière (Fimalac).

⁶⁷¹ Voir l'annexe 5.1 : Résumés des rapports d'activité du Musée du quai Branly-Jacques Chirac (2013-2016).

⁶⁷² Pour davantage de développements sur les aspects géopolitiques de ces expositions, voir Audrey Doyen (2017). « Les mises en scène de l'objet ethnographique : lieux du politique ? » in : Collectif DAEM, *Arts et médias : lieux du politique ?*, Paris : l'Harmattan, p. 47-54.

toujours, un thème principal quand on fait une expo. Sinon on marque “nouvelles acquisitions” »⁶⁷³. Ces marchands ne se contentent en effet généralement pas de présenter leur stock, mais organisent la présentation des pièces selon des choix de thèmes de façon à ce que l’ensemble soit cohérent et homogène : ainsi la présentation d’expositions thématiques s’est considérablement développé ces dernières années parmi les marchands⁶⁷⁴ et, comme pour les musées, il est intéressant de voir les éléments qui guident les choix de sujet d’exposition : ils dépendent des événements, du public, mais aussi de l’avancée des recherches sur les objets. En effet, comme mentionné dans le chapitre précédent⁶⁷⁵, la connaissance est un outil important du processus de fixation de la valeur des objets et, tant du côté muséal que marchand, présenter une pièce sans information est considéré comme vain : « si un bon travail est effectué en amont, du côté scientifique, il y a plus de choses à dire et ça attire plus de public »⁶⁷⁶. Les enjeux scientifiques peuvent parfois être tellement poussés qu’il n’est pas rare que la temporalité de conception d’expositions de certaines galeries rappelle celle des milieux muséaux et s’effectue sur deux ou trois ans⁶⁷⁷.

La cohérence de l’ensemble et les pièces présentées les unes par rapport aux autres sont d’une grande importance, tant dans les expositions de galerie que dans les expositions des maisons de ventes : il n’est pas rare que, pour souligner un objet, sa forme, sa provenance ou son usage, d’autres objets soient exposés en parallèle. Ces autres objets permettent généralement de valoriser l’ensemble présenté, selon le cadre de conventions vu *supra*. C’est ainsi que les recherches effectuées sur les objets sont primordiales à toute exposition : elles permettent d’attester et de présenter l’ancienneté, le *pedigree* ou l’usage d’un objet. Mais sont aussi présentés des objets d’art moderne ou contemporain, qui confortent les parallèles effectués avec ces autres champs de l’art, notamment moderne et

⁶⁷³ Extrait d’un entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

⁶⁷⁴ Voir *supra*, Chapitre 4, point 4.3.1 Les galeristes et les foires, p. 284.

⁶⁷⁵ Voir *supra*, Chapitre 5, point 5.3.2 Maîtriser la narration et l’information : musées et marchés face à face, p. 396.

⁶⁷⁶ Extrait d’un entretien mené avec une assistante de galerie à Paris, le 16 juillet 2014.

⁶⁷⁷ Par exemple, l’exposition *Suintante* d’Adrian Schlag, présentée au *Parcours des Mondes* 2015.

contemporain⁶⁷⁸. En outre, le déploiement des connaissances des marchands, nécessaire à son positionnement dans la hiérarchie et à la validation de son statut de marchand de confiance, va parfois jusqu'à l'exposition de pièces non mises en vente, mais susceptibles d'alimenter la thématique proposée ; à ce point, l'exposition n'a plus pour seule vocation la vente des objets, mais la transmission de connaissances et la mise en valeur de l'ensemble des objets exposés, pour créer un ensemble d'objets cohérent de par leur provenance géographique ou leur fonction. C'est ainsi que Serge Schoffel a conçu l'exposition *Vodun Fon* pour la Brafa 2014, ou que les organisateurs des foires Bruneaf et *Parcours des Mondes* ont conçu les expositions *Uzuri wa Dunia* et celles de l'Espace Tribal⁶⁷⁹. Les objets exposés dans ce cas ne sont pas forcément tous mis en vente et l'exposition ne sert pas à présenter des objets à des potentiels acheteurs ; les choix des objets, la scénographie et les discours servent ici à valider les pièces considérées comme de valeur, à fixer et à perpétuer le cadre de conventions élaborées par les acteurs du champ⁶⁸⁰ ainsi qu'à conforter ou élever la position du galeriste dans la hiérarchie des vendeurs.

Comme dans les réserves de musées, certains objets peuvent ainsi dormir plusieurs années dans les coulisses et réserves des galeries dans l'attente du bon moment, du bon ensemble thématique, des bonnes informations ou du bon public. Les choses sont cependant un peu plus compliquées pour les maisons de ventes aux enchères, généralement tributaires des vellétés des vendeurs :

« D'abord, Patrick et moi on s'était dit qu'on composait une vente comme on composerait une exposition. Alors, pas forcément... Évidemment, parfois on arrive à créer des thématiques au sein d'une exposition, mais il ne faut pas rêver non plus. Je veux dire, mon rêve de curater une exposition à chaque fois que je fais une vente... Ce n'est pas tout à fait ça non plus, parce

⁶⁷⁸ Voir Chapitre 5, point 5.3.1 Un exemple de stratégie : se calquer sur d'autres marchés, p. 389 ainsi que l'annexe 5.3 : expositions de l'échantillon de recherche présentées avec ou en parallèles d'art moderne ou d'art contemporain.

⁶⁷⁹ Voir annexes 6.3 : synthèse des données d'observation des expositions de galeries.

⁶⁸⁰ Voir *supra*, Chapitre 5.

que les thèmes c'est un peu en fonction de l'actualité des collectionneurs ! »⁶⁸¹.

S'il est possible pour les grandes maisons de ventes telles Sotheby's ou Christie's de mettre en veille certains objets destinés à la vente dans l'attente de meilleures conditions de présentation, cette situation reste généralement rare et les maisons doivent composer avec les objets possédés.

L'arrière-scène : espace de préparation et de monstration

Outre l'endroit où se construisent et se fixent les choix de thématiques et de contenus des expositions, les coulisses sont aussi un espace de préparation physique des objets destinés à être montrés, comme le relève Rolande Bonnain (2005: 406) pour les galeries :

« L'objet y [dans l'arrière-boutique] est étudié, expertisé, son passage chez le restaurateur jugé nécessaire ou non, son soclage envisagé, et mis enfin en réserve. Les liens d'avec l'ancien propriétaire (son histoire, sa présence dans une collection prestigieuse) sont dénoués complètement par le passage dans ces coulisses et le changement d'aspect annoncera la nouvelle identité qu'il n'a pas encore, qu'il attend. Il pourra alors s'intégrer dans la réalisation temporaire qu'est la galerie du marchand ».

Tant dans les musées que dans les galeries ou les maisons de ventes, les coulisses sont le moment et le lieu où l'objet est préparé, poli, conditionné – et donc formaté – et où les espaces sont construits et ajustés. Cependant, elles peuvent aussi être un lieu de monstration puisque, par exemple, dans le cas des galeries ou des maisons de ventes, c'est là que les potentiels acheteurs sont conviés pour voir et admirer des objets non proposés en boutique.

Les coulisses devenant, comme la scène, des espaces de monstration, la frontière avec l'espace principal d'exposition est alors parfois très poreuse : elles peuvent être savamment montrées ou suggérées, comme pour les galeries, que ce soit sur un stand provisoire ou dans une galerie pérenne. Généralement conçue par des architectes, la galerie comprend un espace public et un espace privé où se situe le

⁶⁸¹ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

bureau du galeriste. Cet espace privé est désigné, par certains artifices scénographiques, comme différent de l'espace principal, plus caché, mais toujours visible⁶⁸² :

« Par exemple pour la BRAFA, j'ai dit que je voulais un bureau invisible et séparé. Invisible sur le stand, mais visible lorsque vous étiez sur le bureau. Il [l'architecte] a réussi à faire un truc. Il a trouvé »⁶⁸³.

Ce sont aussi souvent les objets qui font office de paravent et tendent à intégrer le galeriste et son acheteur dans le dispositif d'exposition. L'objectif est clairement d'instaurer un rapport entre l'espace privé et l'espace public, entre la vitrine et l'arrière-boutique, entre la scène et les coulisses. De quelle nature est alors ce rapport ?

Ce rapport s'installe entre deux points de vue, correspondants à deux situations ou statuts d'acheteur : le point de vue de l'acheteur potentiel, déjà présent dans le bureau, mais aussi celui du visiteur de l'exposition, à l'extérieur du bureau, encore simple curieux ou observateur. La création d'un espace séparé, plus confiné et à l'abri de la vue et du su de tous génère une relation d'intimité entre l'acheteur et le vendeur en même temps qu'elle met en scène le vendeur, dans une position généralement forte d'autorité, déployant tous les signes de connaissances et de sérieux : livres et documentations diverses, autres objets privés, etc. :

« Après, l'autre jeu avec les marchands, c'est que les grandes pièces ne passent pas dans la galerie. Elles sont toujours à l'étage, elles ne sont pas montrées dans la galerie. Il y a des pièces très importantes, vous ne risquez pas de les voir. On ne vous les montre qu'à partir du moment où on a confiance en vous ou que vous êtes un acheteur potentiel. Moi, par exemple, maintenant dans beaucoup de galeries je peux aller, on me dit "bien tiens, monte". Mais parce que je connais des galeristes depuis longtemps et c'était ça qu'on faisait avec le tour des galeries »⁶⁸⁴.

⁶⁸² Voir annexe 6.4 : vues des bureaux des galeries.

⁶⁸³ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

⁶⁸⁴ Extrait d'un entretien mené avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

La relation ainsi créée est celle d'un rapport de confiance entre un expert de son domaine et un acheteur considéré comme spécial ou du moins à qui il faut donner l'impression qu'il est spécial – pour son statut, sa richesse, son titre, sa connaissance, etc. – puisque invité par le galeriste à pénétrer un espace réservé. Si ce rapport existe aussi dans le cas des maisons de ventes aux enchères, il ne se manifeste que rarement par la mise en scène du bureau. Il est par contre intéressant de noter que, dans le cas des musées, la monstration des coulisses s'est largement développée depuis les années cinquante : des réserves visitables telles que l'avait pensé Jean Gabus (Sierro, 2005: 321) jusqu'à la tour des instruments de musique du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, la mise en scène des espaces cachés du musée a généré différents rapports et recherches (Rémy, 1999). Cependant, ceux-ci se focalisent principalement sur la place que ces réserves visitables peuvent prendre, des ressources humaines et financières déployées pour les rendre visitables et des risques qu'elles engendrent pour les collections et le public⁶⁸⁵. Outre ces aspects liés aux collections et aux considérations pragmatiques de l'accessibilité des collections aux publics, l'accès aux réserves relève aussi d'une forme alternative d'exposition des objets et donc d'un autre rapport à la connaissance : souvent moins cartellisés, les objets sont présentés sous une forme moins scénographiée que dans les espaces d'expositions et visent souvent, par opposition à ces derniers, à montrer l'étendue des collections. Ainsi, la tour des instruments de musique du MQB présente 10 000 instruments sur 700 mètres carrés⁶⁸⁶ ; ces présentations sans fioritures, sans scénographies ni discours particuliers permettent, comme pour l'accès de l'acheteur à l'espace bureau de la galerie, de donner au visiteur le sentiment d'être un privilégié en observant des espaces normalement interdits, et d'opérer un contraste avec l'espace principal d'exposition.

⁶⁸⁵ Voir, par exemple, le rapport d'information français d'Isabelle Attard, Michel Herbillon, Michel Piron et Marcel Rogemont, présenté devant la Commission des Affaires culturelles en décembre 2014, p. 62.

⁶⁸⁶ Pour les détails du projet de visibilité des réserves des instruments de musique au MQB, voir l'article de Madeleine Leclair (2007).

6.2.2 La scène : les contenus

Les objets

Un relevé des caractéristiques des objets présentés dans les expositions du corpus a permis notamment d'identifier les quantités d'objets et leur provenance : l'analyse de ces données selon les expositions de musées, de galeries ou de ventes aux enchères attire l'attention sur quelques points.

Les objets exposés sont ainsi majoritairement originaires d'Afrique, que ce soit dans les expositions de musées, de galeries ou de ventes aux enchères. Il est important de noter que cette vision d'une prééminence de l'Afrique est aussi influencée par la méthodologie d'enquête : deux des musées de l'échantillon de recherche sont exclusivement dédiés à l'Afrique (la Fondation Musée Dapper et le Musée royal de l'Afrique centrale) et une majorité des expositions observées en galeries l'ont été en galeries d'art africain, comme le rappelle le chapitre consacré à la méthodologie *supra*. Cependant, malgré ce biais méthodologique, l'Afrique conserve une place plus forte que les autres continents dans les objets vendus sur le marché ainsi que dans les musées d'ethnographie. Par exemple, au Musée du quai Branly-Jacques Chirac, 868 objets sont montrés pour l'Afrique, contre 520 pour l'Asie et ce sur une superficie trois fois plus grande, par exemple.

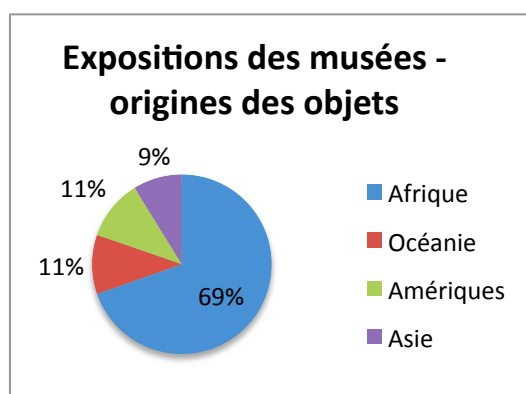


Fig. 16 : Origine des objets par continent dans les expositions permanentes des musées d'ethnographie de l'échantillon de recherche.

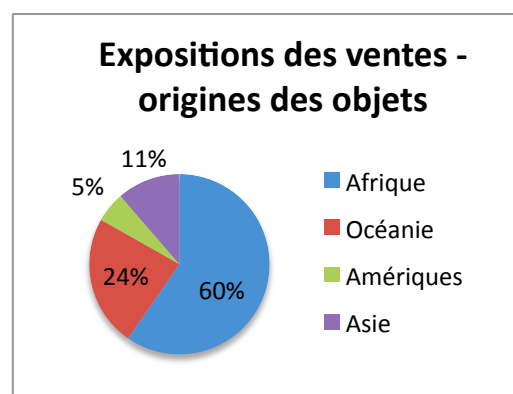


Fig. 15 : Origine des objets par continent dans les expositions des ventes aux enchères de l'échantillon de recherche.

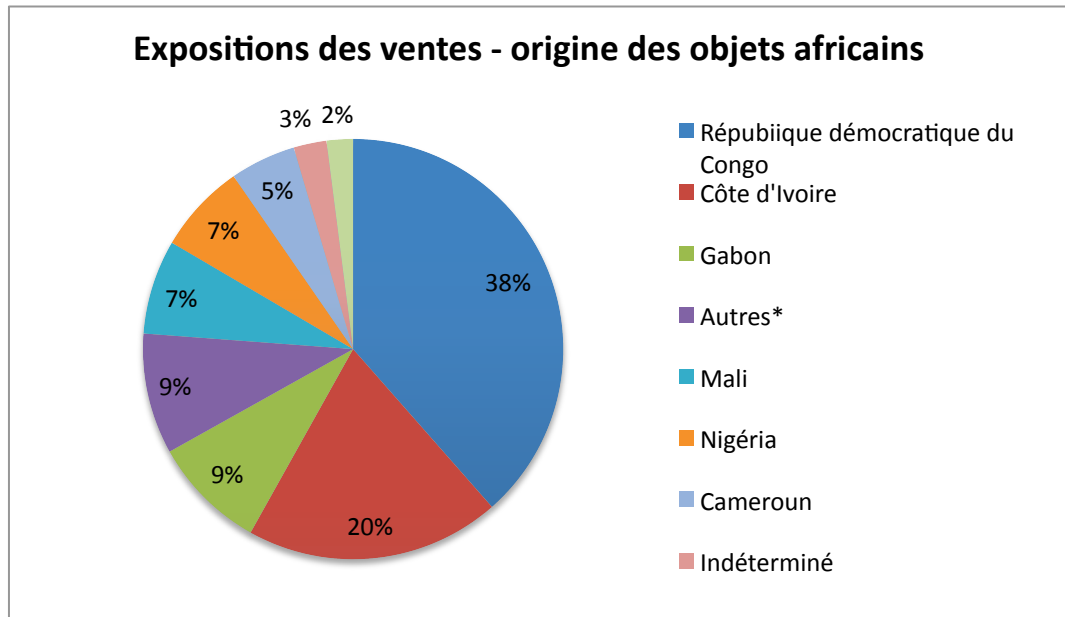


Fig. 17: Origine des objets africains présentés lors des expositions de ventes aux enchères de l'échantillon de recherche.

***Autres : Bénin, Sierra Leone, Kenya, Guinée, Angola, République Centrafricaine, Congo, Togo, Burkina Faso, Ghana, République du Congo, Tanzanie, Soudan, Éthiopie, Zambie, Libéria.**

La plus forte présence de l'Afrique et le goût des collectionneurs autant que des galeristes, des conservateurs ou des visiteurs de musée sont largement orientés par l'histoire de notre rapport à ces objets et par l'histoire coloniale. L'orientation forte en direction de l'Afrique procède ainsi d'un mouvement en deux temps, que nous avons vu au fil de ce travail : dans un premier temps, la discipline ethnologique en France, en Suisse et en Belgique⁶⁸⁷, se focalise sur l'Afrique et l'Afrique de l'Ouest, sur la base de considérations méthodologiques et épistémologiques. Dans un deuxième temps, un goût spécifique, visible tant dans les collections privées circulant sur les marchés que dans les collections publiques conservées dans les musées, émerge et se consolide, orienté en direction de certaines régions particulières liées à l'histoire coloniale de ces pays⁶⁸⁸. Si cette tendance s'explique pour ces collections acquises au début du siècle et tributaires des passés coloniaux, le prolongement de cette orientation dans l'exposition actuelle des objets peut paraître étonnant. Sur le marché, tout d'abord, le prolongement de cette orientation historique est clairement visible : les objets de

⁶⁸⁷ Voir Chapitre 2, point La relation entre les musées d'ethnographie et l'ethnologie dans les années trente, p. 125.

⁶⁸⁸ Voir l'analyse d'Estelle Fossey (2011) sur l'histoire du goût ainsi que *supra*, Chapitre 4, point Des spécificités françaises, p. 234.

République démocratique du Congo sont majoritairement exposés dans des galeries et foires en Belgique (plus de 90%), alors que les objets de République du Congo ou de Côte d'Ivoire le sont majoritairement dans des galeries françaises (plus de 90% aussi, voir fig. 17). Le fait que les objets vendus proviennent de pays anciennement colonisés n'est pas étonnant, mais la répartition de leur vente dans des galeries françaises ou belges selon le pays témoigne avec force de la pérennité des circuits et réseaux coloniaux : on peut ainsi faire l'hypothèse que les objets acquis par des Belges ont tendance à rester dans des collections belges, à passer dans des galeries belges et à être rachetés par des collectionneurs belges, même si celle-ci devrait être encore davantage étayée.

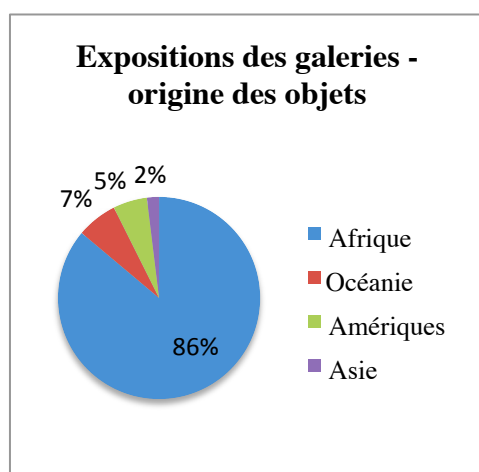


Fig. 19: Origine des objets par continent dans les expositions des galeries de l'échantillon de recherche.

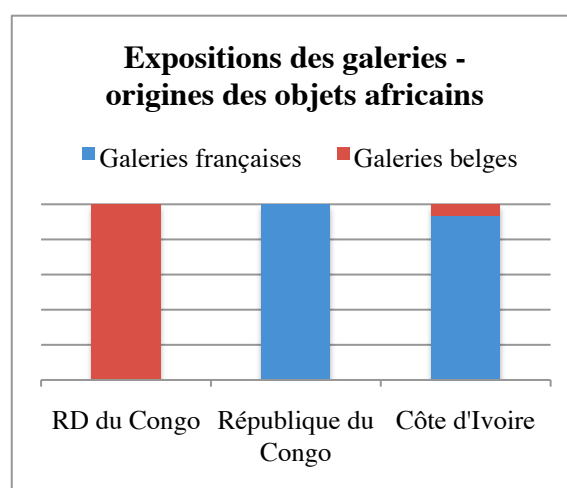


Fig. 18: Origine des objets africains et leurs répartitions dans les expositions galeries de l'échantillon de recherche.

La présence dans les expositions des objets océaniques, américains et asiatiques confirme les tendances des collections : comme nous l'avons vu dans le chapitre historique de ce travail, les objets asiatiques bénéficient plutôt que les objets africains ou océaniques de circuits de distribution. Aujourd'hui, le marché de l'art asiatique est clairement séparé du marché de l'art africain et océanique, bien que les galeries et ventes des deux spécialités se retrouvent parfois lors de certains événements (le *Parcours des Mondes*, depuis 2015, par exemple, ou certaines ventes aux enchères joignant les deux spécialités). Cette séparation s'observe aussi du côté muséal où des musées dédiés aux objets asiatiques ont vu le jour

rapidement⁶⁸⁹. Par conséquent, les collections des musées d'ethnographie actuels ne regorgent pas d'objets asiatiques et leur présentation dans les expositions reste relativement confidentielle. Cet état des lieux montre un positionnement très fort du marché en faveur des objets provenant d'Afrique – et d'Océanie, dans une moindre mesure, que l'on retrouve légèrement plus nuancé du côté des institutions muséales.

De même, les types d'objets présentés montrent une forte prééminence des sculptures et des masques, même si c'est le secteur marchand qui fait augmenter ces statistiques de manière significative. Les objets du quotidien sont beaucoup moins représentés sur le marché de l'art, exception faite de quelques galeries spécialisées. En outre, les objets usuels qui se retrouvent sur le marché appartiennent en général à des catégories bien particulières : cuillères ou peignes, par exemple. Les objets en deux dimensions sont largement sous-représentés, que ce soit dans les musées ou les marchés et leur absence montre le peu d'intérêt que ces objets ont suscité au moment des constitutions des collections et la tendance des expositions à représenter l'état des collections, et que, comme pour l'acquisition des collections, l'exposition des objets transmet l'histoire située des goûts.

Ce panorama nous montre qu'il existe certains objets-types, représentatifs de ce que devrait être une collection ethnographique et que les collections acquises durant le 20^e siècle ont constitué un canon. Ce canon s'est solidifié sur la base des objets présentés durant les premières expositions d'objets ethnographiques dans les années trente et surtout des publications qui en sont nées et qui ont permis de faire perdurer certaines représentations : nous avons vu les plus importants de ces éléments au chapitre 2⁶⁹⁰ : *Primitive Negro Sculpture* en 1926, le catalogue des ventes Eluard et Breton, etc.

Ainsi, masques et sculptures, principalement d'Afrique de l'Ouest, constituent la majorité des objets présentés et exposés aux visiteurs aujourd'hui, que ce dernier

⁶⁸⁹ Voir *supra*, chapitre 2, avec l'ouverture du Musée Guimet.

⁶⁹⁰ Voir *supra*, Chapitre 2, point 2.2 À partir des années 20 : un intérêt redoublé, p. 102.

fréquente un salon d'art ou une exposition de musée⁶⁹¹. Si le monde marchand ne s'oblige aucunement ni ne prétend présenter la diversité des productions du monde, c'est par contre le discours que tiennent la majorité des musées d'ethnographie et c'est peut-être là que réside le paradoxe le plus prégnant : ainsi au Pavillon des Sessions, les œuvres ont été choisies pour témoigner du « meilleur qu'une culture peut offrir » ; Stéphane Martin rappelle dans la brochure institutionnelle du MQB que « le Président Jacques Chirac soulignait la nécessité d'imaginer un lieu original qui rende justice à l'infinie diversité des cultures », le terme *diversité* étant le maître mot de la communication officielle du musée⁶⁹² ; le Musée d'ethnographie de Genève insiste aussi dans sa communication sur la représentativité des objets présentés dans son exposition permanente, témoignage des cinq continents ; etc. Force est cependant de constater que les expositions muséales sont dans la grande majorité des cas davantage représentatives des collections possédées, plutôt qu'illustratives de la diversité des productions matérielles des cultures, passées ou actuelles.

D'autres critères entrent aussi en compte dans la sélection des objets présentés dans les expositions muséales : les publics, comme nous le verrons *infra*, mais aussi les enjeux géopolitiques⁶⁹³. Du côté du marché, il pourrait être tentant de penser que les expositions de musées influencent les sélections opérées par les vendeurs dans leurs expositions et ventes ; si nous avons vu que la fondation du MQB avait été appréciée par le marché pour avoir dopé les ventes en général, l'hypothèse que la présentation d'objets de certains types ou de certaines provenances orienterait les achats des collectionneurs n'est corroborée ni par les données de terrain ni par les discours des acteurs concernés, qui témoignent d'avis divergents en la matière.

⁶⁹¹ Comme nous l'avons vu *supra*, Chapitre 4, point 4.3.4 Bilan : les enjeux de l'événementiel, p. 306, les publics se diversifient de plus en plus avec la montée de l'événementiel.

⁶⁹² Un objectif largement repris dans les textes de présentation du MQB, comme dans l'ouvrage d'Octave Debary et Mélanie Roustan (2012: 5) : « son objectif officiel est triple : faire découvrir et mettre en valeur la diversité des productions matérielles issues de cultures non occidentales ».

⁶⁹³ Cet axe a été particulièrement traité dans un article paru aux éditions L'Harmattan (Doyen, 2017) où j'y exposais comment certaines pièces sont explicitement retirées de certaines expositions, par exemple, pour ne pas causer de problèmes dans des tractations diplomatiques en cours.

Les scénographies

Le choix des pièces n'est pas le seul élément constitutif d'une exposition et le nombre d'objets d'une certaine provenance ou d'un certain type peut être visibilisé ou invisibilisé par le dispositif de présentation. Ce dernier crée des effets, met en valeur ou au contraire occulte certains aspects des objets ; quels sont les dispositifs employés dans les expositions muséales et marchandes ? Se différencient-ils ou se rejoignent-ils sur certains points ? L'analyse de ces dispositifs se fera en trois points : le type de parcours d'exposition, les décors et, finalement, l'éclairage.

La différence majeure entre les expositions marchandes et les expositions muséales réside peut-être dans les parcours proposés : bien que des tensions existent au sein des institutions entre le degré auquel le visiteur doit être guidé dans le propos de l'exposition, les expositions muséales bénéficient généralement d'un espace leur permettant de concevoir des étapes ou des zones – plus ou moins hermétiques entre elles – dans l'exposition. L'exposition marchande conçoit peu la modalité de connaissance et de diffusion des objets comme devant être construite chronologiquement ou thématiquement et propose en général une modalité de connaissance à l'objet qui relève de la confrontation immédiate, une confrontation encore accentuée par les modalités de présentation de chaque objet tels que les vitrines ou l'éclairage, comme nous le verrons *infra*. C'est la même modalité qui est proposée lors des transactions ou des ventes aux enchères : une présentation immédiate, individuelle et frontale de l'objet. Si cette différence s'observe généralement, il est cependant pertinent de noter qu'elle peut être nuancée : les musées ne proposent pas tous des parcours construits de la même manière et des cultures muséographiques différentes se côtoient dans le paysage des musées d'ethnographie. Ainsi, l'exposition permanente du Musée du quai Branly-Jacques Chirac se rapproche de ce mode d'exposition marchand en proposant un parcours complètement libre, bien qu'agencé en différents espaces géographiques⁶⁹⁴, alors que certaines de ses expositions temporaires (*Éclectique*,

⁶⁹⁴ Un point fortement ressenti par les visiteurs du parcours permanent comme le signalent Octave Debary et Mélanie Roustan (2012) : l'aspect labyrinthique, l'ouverture

Persona, Jacques Chirac ou le dialogue des cultures, Kanak, etc.), les expositions du Musée d'ethnographie de Neuchâtel ou celles du Musée de l'Homme proposent des parcours beaucoup plus narratifs et nécessitant donc que le visiteur soit orienté entre différents espaces, dans un ordre précis. De plus en plus cependant, l'exposition de musée est conçue non comme le support d'un propos spécifique, mais comme une promenade que le visiteur pourrait accommoder à sa manière, où les objets exposés et l'information les concernant sont une plus-value par rapport à la balade proposée :

« L'image moi que j'avais, alors c'est une image très ringarde, très vieillotte, c'est l'image, je crois que c'est Hubert Robert, la grande galerie du Louvre avec tous ces gens qui se baladent et qui discutent comme si cet endroit n'était qu'une galerie couverte de la ville »⁶⁹⁵.

En outre, les parcours muséaux parfois très dirigés ou les propos très construits n'empêchent pas la présentation des objets de manière individuelle et frontale, comme dans les expositions marchandes. Les rendus scénographiques peuvent alors se rejoindre.

Si les parcours sont relativement différents entre expositions marchandes et muséales, les décors des expositions le sont beaucoup moins : dans l'ensemble des différents types d'expositions, qu'elles soient en galerie, en maisons de ventes ou en musées, l'ambiance est souvent monochrome ou alors de grands aplats de couleurs délimitent certaines zones, le blanc, le beige et le noir étant les couleurs de prédilection des expositions monochromes⁶⁹⁶. De même, l'observation du corpus d'exposition montre une nette prédominance des éclairages cadrés, focalisés, rarement naturels ; les jeux d'ombres sont très fréquents (fig. 20) et l'effet rendu dramatise les pièces, s'apparentant aux éclairages du théâtre ou au monde du luxe, comme certaines vitrines de bijouteries. Si la pose des pièces dans

du parcours et l'absence de fil rouge ou de narration proposée par le musée sont quasi systématiquement relevés par leurs enquêtés.

⁶⁹⁵ Extrait d'un entretien mené avec Zette Cazalas à Paris, le 17 mars 2016.

⁶⁹⁶ La totalité des expositions marchandes sont monochromes dans ces tons et la quasi-totalité des expositions muséales : toutes chez Barbier-Muller et la Fondation Dapper, etc. Voir les annexes 6.1, 6.2 et 6.3 : synthèse des observations des expositions des musées, des maisons de ventes et des galeries.

l'obscurité et l'utilisation d'un éclairage artificiel facilitent le maintien des bonnes conditions de conservations des objets, l'éclairage généralement très cadré et zénithal ne répond à aucune contrainte technique, comme le rappelle Jean Hubert Martin :

« J'ai souvent critiqué la Fondation Dapper, car c'est très joli, mais les vitrines n'étaient pas très profondes et l'éclairage au-dessus fait des ombres qui masquent les formes. Dans *Carambolages*, l'éclairage se fait par au-dessous, par exemple »⁶⁹⁷.

Ce type d'éclairage est présent dans toutes les expositions de galeries observées, dans la majorité des expositions de ventes aux enchères et dans une moindre mesure dans les expositions muséales : notons qu'il est présent à la Fondation Musée Dapper, au Musée Barbier-Muller, dans l'exposition permanente du quai Branly-Jacques Chirac ainsi que dans les expositions temporaires⁶⁹⁸.



Fig. 20 : vue d'un espace du Musée du quai Branly-Jacques Chirac et des jeux d'ombres provoqués par l'éclairage zénithal artificiel.

Cet éclairage a généralement pour conséquence de cadrer les objets et d'individualiser les pièces, un procédé encore renforcé par les soclages et

⁶⁹⁷ Extrait d'un entretien mené avec Jean Hubert Martin à Paris, le 18 mars 2016.

⁶⁹⁸ Voir l'annexe 6.1 : synthèse des données d'observations des expositions de musées, pour davantage d'exemples.

l'accrochage : dans la totalité des expositions, excepté celles du Musée d'ethnographie de Neuchâtel, la majorité des objets sont présentés sous vitrine ou accrochés à des distances importantes les uns des autres ; ils sont rarement groupés, exception faite de certains petits formats ou d'effets de tableaux voulus dans des cas ou des endroits précis, ou des dispositifs s'opposant clairement au dispositif principal, comme nous l'avons vu pour la tour des instruments de musique du Musée du quai Branly-Jacques Chirac. Bien que regroupés par ensembles thématiques ou formels dans les expositions de musées, les objets sont toujours présentés comme des unités de sens, pertinents et compréhensibles en eux-mêmes et pour eux-mêmes. Il est intéressant de noter que le soclage fait l'objet d'un intérêt de plus en plus important au sein du champ : de simple outil de présentation des objets, le soclage est devenu un art à part entière dans la façon de présenter et de mettre en valeur les pièces. Ainsi, certains socleurs sont considérés comme des artistes et signent leur travail, et des objets soclés par ces derniers acquièrent une valeur plus importante sur les marchés. Ainsi, Kichizo Inagaki qui, fréquentant l'avant-garde artistique du début du 20^e siècle, commence à élaborer des socles en bois pour les masques africains. Son soclage est considéré comme révolutionnaire, car il épouse l'objet présenté, formant un tout homogène, voire complétant l'objet. Ses socles sont estampillés et mentionnés lors des ventes, par exemple le lot 2 de la vente de la collection Viviane Jutheau à Sotheby's du 14 décembre 2016, le lot 3 de la vente Malcom à Sotheby's le 22 juin 2016.

Cet intérêt atteste d'une artification non plus seulement des objets ethnographiques, mais – comme cela se voit aussi dans les autres champs artistiques (Bawin, 2014) – d'une artification du média même de l'exposition et de la mise en valeur des objets.



Fig. 21 : vue du stand de la galerie Bernard Dulon à la BRAFA 2015.



Fig. 20 : vue de l'éclairage de l'exposition *Chefs-d'œuvre d'Afrique* à la Fondation Musée Dapper.

L'usage de la vitrine est un exemple intéressant des expositions d'objets ethnographiques : les musées systématisent son utilisation, du moins pour les formats le permettant. Dans ceux-ci, l'usage de la vitrine relève bien évidemment d'une contrainte de sécurité et de conservation des objets, notamment parce que les expositions s'étendent souvent sur des périodes de plusieurs mois. La vitrine est moins utilisée dans le monde marchand, où le contact avec l'objet est au centre du désir de possession et où le sens du toucher permet de fixer certains critères de valeur (l'ancienneté ou l'authenticité, en touchant la patine par exemple). Cependant, presque totalement absente des expositions des maisons de ventes des galeries, la vitrine a fait une apparition de plus en plus remarquée dans les expositions marchandes depuis 2014. Si elle n'y sert que rarement à protéger l'objet, elle joue par contre son rôle de cadre et d'individualisation, renforçant le dispositif déployé par l'éclairage. Les marchands se retrouvent alors confrontés à un dilemme : l'utilisation de la vitrine cadre l'objet, le met en valeur et s'apparente à un dispositif muséal, ce qui crédibilise de façon générale toute l'exposition, les objets et les informations qui y sont déployés ; cependant, les potentiels acheteurs n'ont plus accès aux objets et la vitrine crée une distance entre celui-ci et le collectionneur. Ce problème est réglé de diverses manières par

les marchands, la solution la plus ingénieuse étant sûrement proposée par la galerie Bernard Dulon : les objets sont entourés des seuls montants des vitrines, sans le verre, de façon à créer l'illusion d'une vitrine (fig. 24 et 25). L'objet est ainsi mis en valeur, mais reste accessible rapidement et facilement.

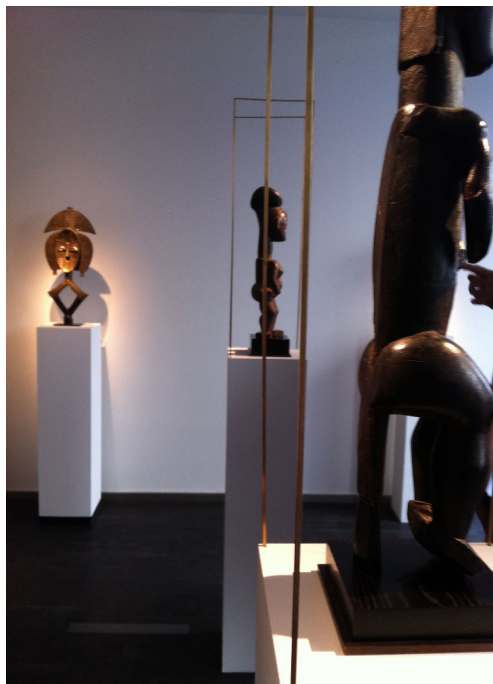


Fig. 23: vue des vitrines de la galerie Bernard Dulon au *Parcours des Mondes* 2014.



Fig. 21: vue d'une vitrine de la galerie Bernard Dulon au *Parcours des Mondes* 2015.

Il est important de noter que si les éléments scénographiques vus ci-dessus sont relativement homogènes entre musées et marchés, c'est aussi parce que leurs exécutants sont parfois les mêmes : en effet, tant les institutions muséales que marchandes ont pour habitude de sous-traiter la partie scénographique, voire muséographique, de leurs expositions à des scénographes ou architectes⁶⁹⁹. Il existe alors une mobilité des acteurs externes aux deux mondes entre l'un et l'autre et des transferts de savoir-faire indéniables, qui ont parfois pour conséquence une homogénéisation des pratiques scénographiques entre les deux sphères.

⁶⁹⁹ On observe même dans le monde muséal une véritable montée en puissance de ces corps de métiers, comme le rappelle François Mairesse (2010b: 223).

Différentes recherches ont esquissé des typologies des expositions d'objets ethnographiques, comme nous l'avons vu au premier chapitre de ce travail⁷⁰⁰, mais ces dernières ne se sont concentrées que sur les expositions de musées. En prenant en compte l'entier des moments proposés *supra*, l'ambiance créée par les décors, l'éclairage, les choix des objets, les vitrines et les parcours d'expositions peut se schématiser selon moi en trois modèles : une tendance *white/blackbox*, sur le modèle qui s'est développé dans les années soixante-dix pour l'art contemporain et qui a pour objectif d'annihiler totalement le contexte et l'environnement de l'œuvre. Ce dispositif crée un espace duquel le monde extérieur est exclu et participe au processus d'artification des objets :

« L'espace neutralisé, hors du temps et de l'espace, est le "médium alchimique" où toute marque inscrite sur cette surface sous tension qu'est le tableau prend sens. Il est l' "en puissance" de l'art » (O'doherty, 1976-1981: 8).

Notons que ce processus d'extraction de l'objet du monde extérieur s'opère autant dans des espaces très sombres que dans des espaces clairs. C'est ainsi le cas de la majorité des expositions des galeries, d'un grand nombre des expositions temporaires des musées (*Maîtres de la Côte d'Ivoire*, *Charles Ratton*), notamment lorsque celles-ci associent des objets autres qu'ethnographiques (*Color Line* ou *Éclectique*) et de la totalité des expositions de ventes aux enchères⁷⁰¹.

⁷⁰⁰ Voir *supra*, Chapitre 1, point L'exposition comme mode d'appropriation de l'altérité, p. 58 .

⁷⁰¹ Voir les annexes 6.1 à 6.3 : synthèse des données d'observation des expositions de musées, de galeries et de ventes aux enchères.



Fig. 25 : vue de l'exposition des objets de la vente Sotheby's, décembre 2015.

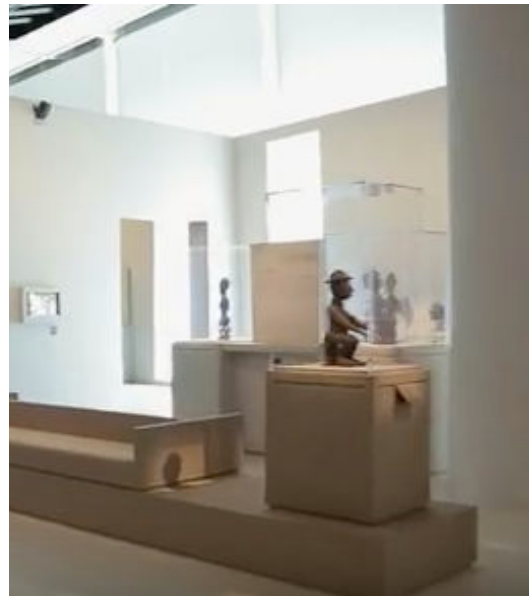


Fig. 22 : vue de l'exposition *Maîtres de la sculpture de Côte d'Ivoire*, 2015-2016.

Le deuxième modèle est celui d'une tendance *environnementale* qui, sans recréer les environnements réels d'usage des objets comme l'avait préconisé Jean Gabus, calque sur eux certaines représentations, telle celle de la jungle. À nouveau, l'espace sombre ou clair est moins central que l'ajout d'éléments décoratifs extérieurs, par opposition au modèle *white/blackbox* dont le dénuement est la caractéristique majeure. C'est ainsi le dispositif de l'exposition permanente du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, de quelques expositions de galeristes comme Lucas Ratton, de la Fondation Musée Dapper ou du Musée Barbier-Muller. Malgré sa présence dans des musées importants et reconnus, cette tendance est bien moins répandue que le modèle *white/blackbox*⁷⁰².

⁷⁰² Voir les annexes 6.1, 6.2 et 6.3 : synthèse des données d'observation des expositions des musées, des galeries et des ventes aux enchères.



Fig. 27 : vue de la devanture de l'expositions de la galerie Lucas Rattton lors du *Parcours des Mondes* 2015.



Fig. 23 : vue du mur imprimé forêt dans l'exposition permanente du Musée du quai Branly-Jacques Chirac.

Finalement, le troisième modèle est le contre-exemple *neuchâtelois* : ancré dans un propos narratif fort, l'ambiance créée est au service de ce propos – comme le sont les objets – et ne sert ni à mettre en valeur les objets comme le dispositif de *whitecube*, ni à les insérer dans des représentations exotisantes, ni à les recontextualiser. Ainsi, la scénographie est toujours liée au propos développé, littéralement ou métaphoriquement : une banquise pour la congélation du patrimoine immatériel dans l'exposition *Hors-Champs* (3.11.2012-29.12.2013), un livre pour la présentation des gravures de l'ouvrage d'Aimé Humbert *Le Japon illustré* (20.04.2014-26.04.2015), un intérieur domestique pour décortiquer les rouages du sentiment de chez-soi dans l'exposition *Home sweet home* (13.06-29.09.2013).



Fig. 29: vue de l'exposition *Hors-Champs* dont la scénographie comportait une carte de la banquise et la reprise des maisons nordiques. Photographie MEN, Alain Germond.

On peut noter que ces typologies ne sont pas celles d'une tendance contextualisante *versus* une tendance esthétisante, les deux aspects étant souvent présents dans chacun des modèles, à des degrés divers. On peut aussi noter que mis à part le modèle *neuchâtelois*, très caractéristique du Musée d'ethnographie de Neuchâtel et ayant essaimé dans une poignée de musées seulement, le modèle *environnemental* ou du *white/blackbox* se retrouve autant du côté marchand que muséal.

Les discours et les textes

Fortement liés au parcours d'exposition et au degré de narrativité de l'exposition, discours et textes peuvent dépendre des modèles évoqués ci-dessus, mais pas seulement : ainsi, si le modèle *neuchâtelois* repose sur un propos narratif plus important, cela ne signifie pas que davantage de textes apparaissent dans l'exposition. Les expositions respectent en cela un canevas fixé par Georges Henri Rivière et repris dans la majorité des musées – Musée du quai Branly-Jacques Chirac, Musée de l'Homme, etc. – qui définit les textes d'expositions en trois niveaux, devant comprendre chacun un type d'information différent dans un nombre de signes définis : texte d'espace, texte de zone et cartels, qui peuvent être

augmentés ou simples. Parfois, les musées réduisent encore davantage ces espaces de textes, alors que du côté marchand, la tendance est au rallongement des discours : ainsi, la totalité des textes du Pavillon des Sessions du Louvre est en général bien moins conséquente que les textes présentés dans les expositions de Sotheby's, par exemple. Finalement, il est aussi fréquent dans les expositions muséales que les textes concernant les objets soient séparés des vitrines ou de l'espace d'exposition, alors que les expositions marchandes, lorsque le texte est inclus, l'exposent à côté des objets.

Les informations dispensées dans les expositions illustrent, comme l'usage des vitrines, certains glissements entre les expositions marchandes et les expositions muséales : dans tous les cas, l'objet possède un titre et une origine, l'un et l'autre pouvant parfois se confondre (fig. 31), parfois non (fig. 32) et ce au sein de la même exposition. La provenance géographique (pays), la matière et une référence (cote, numéro de lot, etc.) sont des incontournables ; on trouve ensuite parfois le trajet de l'objet après la sortie de son pays d'origine (collections, publications, expositions), la taille, des informations supplémentaires diverses concernant l'usage ou la fonction de l'objet.



Fig. 30 : cartel de l'exposition du Pavillon des Sessions.

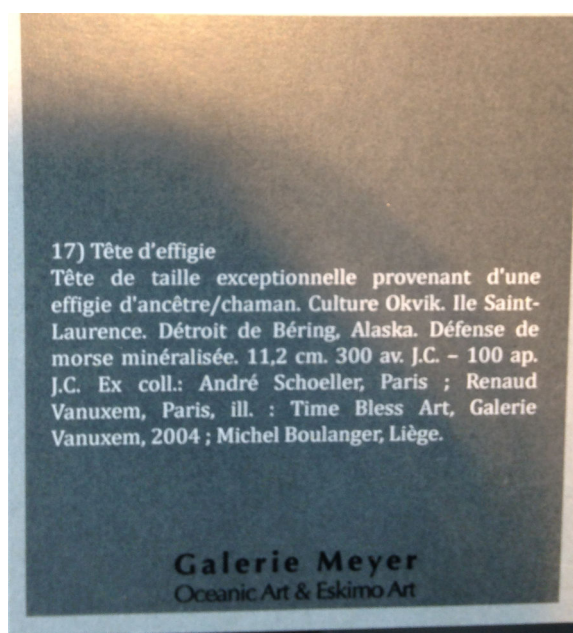


Fig. 24 : cartel de l'exposition de la galerie Meyer, Biennale de Paris 2016.

Les cartels des objets illustrent bien les problèmes du champ à définir les informations pertinentes le concernant : les provenances ethniques et géographiques sont souvent assimilées et les termes utilisés pour définir les objets font parfois référence à son type (sculpture, dessin, etc.) et parfois à sa fonction (masque rituel, etc.).

En outre, les cartels illustrent aussi l'évolution et la fixation des critères constituant le canevas de valorisation des objets : les références aux anciennes collections et au parcours de l'objet se sont systématisées, de même que la mention des matières de l'objet. Si l'histoire des collections possède une importance non négligeable au sein des institutions muséales, il était rare de voir figurer sur des cartels l'entier des trajets des objets, ces derniers privilégiant plutôt l'actuel possesseur. Preuve que le critère du *pedigree* s'est généralisé au sein du champ, aujourd'hui, la mention des anciennes collections fait partie intégrante de l'information minimale sur ces objets et ce, même dans les expositions muséales, où cette information censée apporter de la valeur sur le marché ne faisait pas sens.

L'indication de la matière, par contre, est une indication classique des cartels des objets exposés, provenant des champs de l'art classique où il est courant d'indiquer le type de peinture ou de support sur lequel l'œuvre figure. Cette indication de matière a été récupérée par les milieux marchands, qui calquent de plus en plus leurs pratiques expographiques sur les musées et donc le style de leurs cartels : la mention de patine – dont la traduction anglaise, *empowering substance*, traduit bien les enjeux (fig. 33) – figure par exemple pour désigner la matière. La patine n'est pourtant pas une matière en soi ; il s'agit par contre d'un terme fréquemment utilisé pour désigner les restes de sang, de cendres ou des autres matières indiquant que l'objet a servi, l'usage étant comme nous l'avons déjà vu⁷⁰³ un des critères majeurs du canevas de valorisation des objets.

⁷⁰³ Voir supra, Chapitre 5, point L'usage et l'ancienneté : les critères fondateurs, p. 364.

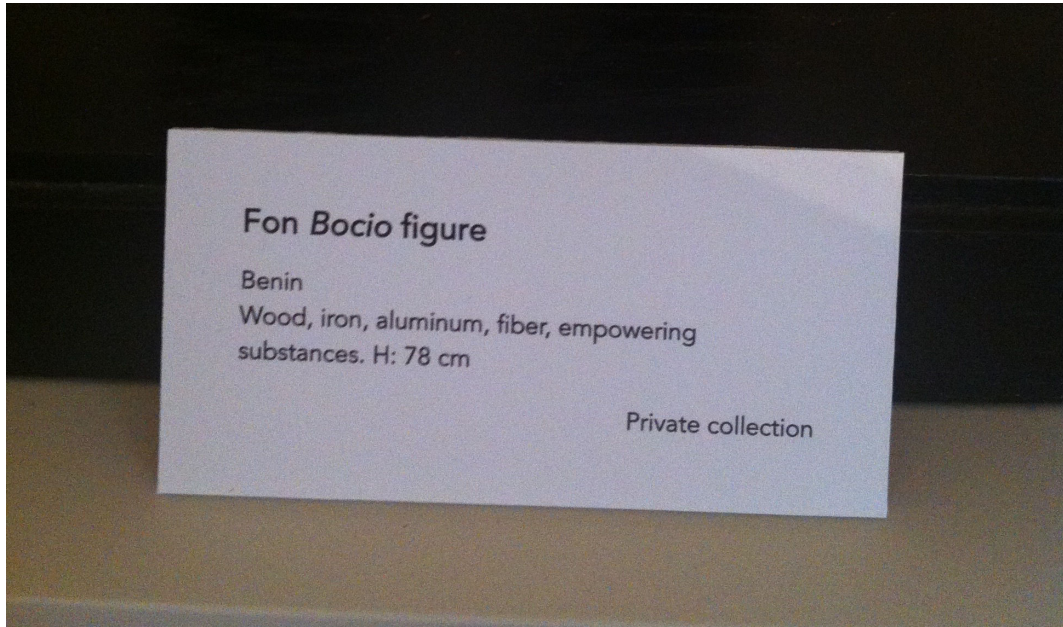


Fig. 32 : cartel de l'exposition *Uzuri wa Dunia* de Winter Bruneaf 2015.

Enfin, si les cartels des expositions illustrent l'homogénéisation des pratiques en cours entre expositions muséales et marchandes ainsi que le processus de fixation des critères de valeur des objets, les textes généraux et d'introduction informent quant à eux davantage sur les enjeux sous-jacents de l'exposition en général. Ainsi, les textes du Pavillon des Sessions par exemple rappellent les enjeux politiques au centre de l'exposition des objets ethnographiques⁷⁰⁴. C'est que ces textes sont destinés à un public, parfois spécifique, et que l'informer, le convaincre, voire le persuader sont aussi des objectifs de l'exposition. Comme le rappelle Marie-Sylvie Poli (2010: 9), le texte donne les modèles de référence de l'exposition et traduit à la fois « les courants de pensée que l'exposition approuve ou ceux auxquels elle s'oppose et les catégories socioculturelles des visiteurs auxquels les concepteurs s'adressent en priorité ».

6.2.3 Les publics : la réception

La méthode exposée *supra* et empruntée aux études théâtrales nous invite à considérer tous les individus impliqués dans la pièce qu'est l'exposition :

⁷⁰⁴Voir le texte de présentation du Département sur le site internet du Musée du Louvre : « Jouissant d'un rayonnement international, il [le Pavillon des Sessions] manifeste qu'il n'y a pas plus de hiérarchie entre les arts qu'il n'y a de hiérarchie entre les peuples ». « Collections, Départements et domaines », www.louvre.fr/departements/le-pavillon-des-sessions [consulté pour la dernière fois le 1^{er} avril 2018].

concepteurs, acteurs, mais aussi spectateurs. Les publics ne sont en effet pas de simples visiteurs passifs des moments expositionnels des objets ethnographiques : comme Grotowski l'avait théorisé pour le théâtre (Borie, 2013), les publics peuvent aussi être partie prenante du jeu théâtral. Leur participation se déploie sur deux axes : l'interprétation personnelle de l'exposition par chaque visiteur, d'une part, et l'influence des publics en amont des expositions, dans la prise en compte de leurs demandes ou leurs attentes supposées, d'autre part. Ces deux axes rejoignent l'analyse des publics opérée par Helbo (1987: 87) pour le théâtre, ce dernier distinguant les stratégies productives à destination des publics et les stratégies réceptives qui concernent les processus d'interprétation, d'émotion et de réappropriation de l'exposition.

Nous avons vu jusqu'ici l'exposition comme le produit de ses concepteurs – architectes, muséographes, mais aussi tous les acteurs influençant les choix – et souligné à quel point le dispositif d'exposition est à la croisée des représentations de leurs créateurs. Cependant, Baxendall (1991) note que l'exposition est au centre d'un triptyque composé de l'artiste, des concepteurs et des publics et que le dispositif ne peut être envisagé comme unilatéral. Les publics ne sont en effet pas seulement les récepteurs d'un propos ou les réceptacles des décisions élaborées en amont, mais possèdent une marge d'interprétation, voire de réinterprétation des dispositifs, comme le rappelle Barthes (1984: 45) ou O'Doherty (1976-1981: 21) : le spectateur est l'interprète des signes typographiques présents dans la page blanche mise en espace et constituant une réserve de sens. Les publics sont donc importants dans la manière dont ils interprètent l'exposition, de façon personnelle et dépendante de nombreux facteurs : connaissances générales et spécifiques, conditions de réception, etc.

Si nous ne nous attardons pas sur chacune de ces conditions qui devraient faire l'objet d'une recherche séparée sur l'étude des publics des musées d'ethnographie et la réception de leurs expositions⁷⁰⁵, le terrain mené dans le cadre de cette

⁷⁰⁵ Pour davantage de développements sur ces questions, voir les recherches menées sur les publics en muséologie comme l'article de John Falk (2012) ou les études de public

recherche nous permet de nous arrêter quelques instants sur les stratégies productives à destination des publics développées tant du côté des musées que des marchés.

Du côté des expositions marchandes, il semble évident que de nombreuses stratégies productives existent en direction des publics, puisque l'exposition des objets vise à convaincre un public bien défini et à lui donner envie d'accorder de la valeur à ces objets. Ces stratégies relèvent de la scénographie, qui comme nous l'avons vu *supra*, se calque en partie sur certains dispositifs muséaux : cartels, imitation de vitrines, thématization des expositions, etc. Deuxièmement, le développement des recherches effectuées sur les objets en vue de leur exposition relève aussi d'une entreprise de crédibilisation auprès du public, afin de développer et maintenir sa confiance. Finalement, les choix d'objets et d'expositions se font aussi selon les publics visés, qui peuvent être différents selon les expositions⁷⁰⁶ : dans une foire générale ou une foire dédiée aux arts africains et océaniens, les galeristes ne choisiront pas d'exposer les mêmes objets. De même, les ventes choisissent les objets à vendre selon le public attendu et visé :

« On est dans deux événements complètement différents donc ça permet de présenter, je dirais d'avoir un stock, une sélection qui peut être parallèle, similaire, il y a d'autres objets que j'ai gardés pour *Masterpiece* et donc que j'ai gardé ici. Il y a deux sélections avec un *crossover* sur peut-être 30-40% de la sélection. Parce que ce sont deux publics différents »⁷⁰⁷.

Un choix des objets qui se fait aussi du côté des musées, puisque les concepteurs s'adaptent aux attentes présumées d'un public :

« Ceci-dit, c'est vrai aussi qu'il faut être raisonnable. Je pense que l'on n'attrape pas une mouche avec du vinaigre, c'est-à-dire que le succès du quai Branly on le pose en grande partie sur la qualité des pièces que l'on a à

menées plus spécifiquement sur chaque exposition de musée, comme celle effectuée par Octave Debary et Mélanie Roustan au Musée du quai Branly Jacques Chirac (2012).

⁷⁰⁶ Voir *supra* Chapitre 4, point Le public au centre des préoccupations, p. 307.

⁷⁰⁷ Extrait d'un entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

montrer. Enfin sur des tas de critères, mais en partie sur la qualité des pièces que l'on a à montrer. Les gens qui sont venus ont été absolument étonnés, ce qui n'était pas couru d'avance »⁷⁰⁸.

Si le musée n'attire pas le public pour vendre davantage d'objets, il est aussi soumis à des logiques économiques qui voient son évaluation faite notamment sur le nombre d'entrées : pour que ces dernières soient optimisées, les expositions doivent présenter les objets que le public peut aimer, voire s'attend à (re)voir.

Tant du côté marchand que muséal, l'exercice entre concepteurs d'expositions et publics est double : il s'agit à la fois de s'adapter aux publics visés et en même temps de convaincre ces derniers que les objets présentés ont de la valeur – ou du moins un type de valeur. La construction et la diffusion de la convention des critères de valeurs du champ se déploie lors de ces interactions et le prix que l'acheteur est prêt à payer pour acquérir l'objet est la preuve, sur le marché, que ce dernier remplit les critères de valeur propre au champ, mais aussi qu'il est crédible par rapport aux autres objets du monde de l'art. L'un des enjeux est bien entendu de valider la place des arts africains et océaniques dans le champ de l'art et plus les prix proposés sont élevés, plus la reconnaissance accordée à ces arts sera considérée comme effective⁷⁰⁹. Cet enjeu de reconnaissance par le public des arts africains et océaniques est aussi perceptible du côté du musée ; cependant, l'objet n'étant pas mis à prix, c'est le simple fait de l'exposer qui lui accorde cette reconnaissance.

Cette reconnaissance est aussi teintée d'enjeux politiques, puisque l'exposition des objets est bien souvent comparée à une « revanche » des peuples producteurs des objets sur la colonisation ou les théories évolutionnistes. Non seulement exposer les objets participe, en rendant les objets égaux, à rendre les cultures égales⁷¹⁰, mais l'entrée des objets ethnographiques dans un musée d'art national

⁷⁰⁸ Extrait d'un entretien mené avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

⁷⁰⁹ Isabelle Graw (2009) montre comment les acteurs du marché de l'art considèrent le prix donné par les enchères comme « révélant la vérité artistique » des objets.

⁷¹⁰ Dans son manifeste, Jacques Kerchache (1991) explique que le refus d'ouvrir une aile du Louvre aux objets extra-occidentaux s'apparente à « un aveuglement qui n'est pas sans rappeler celui de la nuit coloniale ».

en France a été vu comme une réparation octroyée aux producteurs et anciens possesseurs de ces objets, comme nous l'avons vu pour le cas du Musée du quai Branly-Jacques Chirac⁷¹¹ :

« Il ne s'agissait pas simplement de culture mais aussi d'un geste politique et symbolique fort au sens exaltant du terme, quand les affaires d'État s'éloignent des circonstances quotidiennes, donnent un sens à l'action et offrent une certaine vision du monde. En décrétant que notre plus grand musée serait la terre d'asile de tous les arts et refuserait d'en écarter la moindre civilisation, il en finissait officiellement avec le regard convenu posé sur certains peuples. Il ne s'agissait pas d'exposer quelques trésors mais de prouver que tous les hommes ont droit à l'Histoire » (Martin-Chauffier, 2010: 6).

En effet, le discours prononcé par Jacques Chirac au moment de l'inauguration ne souffre aucune ambiguïté :

« Il était nécessaire d'imaginer un lieu original qui rende justice à l'infinie diversité des cultures, un lieu qui manifeste un autre regard sur le génie des peuples et des civilisations d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques. Au nom de ce sentiment de respect et de reconnaissance ».

L'exposition illustre ainsi le dédoublement des circuits de reconnaissance que nous avons vu *supra* : le marché valide par le prix accordé à l'objet leur valeur financière, attestant par là leur légitimité à être ne serait-ce que simplement considérés ; ce mouvement ne peut s'opérer sans l'aide du musée qui valide à son tour cette légitimité, la reconnaissance s'effectuant dans ce réseau noué entre les différents acteurs du champ.

6.3 BILAN : VERS UN BROUILLAGE DES SPÉCIFICITÉS ?

Nous avons mis en évidence la multiplicité des types d'expositions présentées dans le champ de l'objet ethnographique et les objectifs parfois très différents que

⁷¹¹ Voir *supra*, Chapitre 3, point 3.1.2 Le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et le Pavillon des Sessions du Louvre, p. 170.

ces dernières servent. Cependant, malgré l'hétérogénéité de ces objectifs, nous avons vu que les scénographies finales se partageaient en plusieurs modèles non strictement attribuables d'un côté aux musées et de l'autre aux marchés, ce qui s'oppose aux thèses préalablement effectuées jusqu'ici sur une répartition des valeurs entre les musées et les marchés, les premiers s'attribuant un régime de communauté et les seconds un régime de singularité⁷¹².

Si l'exposition muséale a pour objectif l'éducation et la délectation des publics, nous avons vu que les musées d'ethnographie sont orientés dans leurs choix d'expositions par la rencontre d'intérêts variés au sein de l'institution, liés à la multiplication des individus et des services impliqués. Différentes logiques entrent alors en tension, donnant souvent lieu à des compromis, généralement aussi liés au positionnement et à l'identité de l'institution dans le panorama des musées d'ethnographie et dans le panorama des musées de la zone géographique (France, Belgique, Suisse). Davantage que le représentant d'un ensemble d'institutions liées à une discipline académique que serait l'ethnologie ou l'anthropologie, les musées d'ethnographie se positionnent chacun sur un segment de ce que permet l'exposition d'objets africains et océaniens (considérations artistiques, réflexions sur l'actualité, enjeux géopolitiques, etc.), cherchant à se différencier ou à se renouveler par rapport aux autres institutions, dans une logique de concurrence – il faut attirer du public –, mais aussi de complémentarité. Loin de former un ensemble homogène, les expositions d'objets ethnographiques se caractérisent par la multiplicité des possibilités scénographiques, selon l'écosystème muséographique dans lequel elles s'inscrivent.

Si cet écosystème muséographique pèse sur le choix des expositions, des objets et des dispositifs, reste que le résultat final est parfois indifférenciable, entre expositions de musées ou de marchés. Après un brouillage entre les acteurs⁷¹³, les

⁷¹² Voir *supra*, Chapitre 3, point 3.1.2 Le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et le Pavillon des Sessions du Louvre, p. 170.

⁷¹³ Voir *supra*, Chapitre 4, point 4.4 Brouillages, p. 311.

hiérarchies⁷¹⁴ et les critères d'acquisitions ou de valorisation des objets⁷¹⁵, nous voyons avec ce dernier chapitre qu'il existe aussi un brouillage entre les dispositifs expographiques muséaux et marchands. Les scénographies ne peuvent être strictement réparties entre musées et marchés et malgré certaines spécificités muséales (accessibilité⁷¹⁶, multimédias, parcours et espaces plus structurés et plus longs), il est évident que les deux sphères s'influencent mutuellement, un constat aussi opéré par quelques acteurs du champ :

« Ce qui est très dommageable de mon point de vue, c'est qu'à ce moment-là, le musée d'art, de cultures, à voir comment vous l'appellez, finalement, d'un point de vue muséographique, rejoint absolument les galeristes, au niveau de la technicité muséale, même si l'objectif est différent »⁷¹⁷.

Les expositions permanentes des musées se fondent généralement moins sur un propos thématique ou structuré, les rapprochant des expositions marchandes ; les scénographies et les dispositifs textuels se croisent ; les savoirs-faire et les collaborateurs naviguent entre les deux sphères, participant à une certaine homogénéisation des rendus finaux⁷¹⁸. Cette vision globale du champ permet de comprendre le fonctionnement, les objectifs et la place de l'institution muséale non comme une entité autonome et indépendante, mais comme l'un des nœuds d'un rhizome complexe dans lequel les acteurs, leurs pratiques et leurs représentations se croisent régulièrement et s'interpénètrent parfois.

⁷¹⁴ *Idem.*

⁷¹⁵ Voir *supra*, Chapitre 5, point 5.4.2 La création d'une convention partagée propre au champ, p. 406.

⁷¹⁶ Il est à ce titre intéressant de noter que malgré les discours des marchands d'objets ethnographiques extrêmement focalisés sur les aspects sensoriels et expérientiels de la connaissance à l'objet, aucun dispositif spécifique n'a encore été proposé pour renforcer cet aspect.

⁷¹⁷ Extrait d'un entretien mené avec un chercheur du Musée de l'Homme à Paris, le 10 septembre 2014.

⁷¹⁸ Notons que ces emprunts ne sont pas spécifiques à notre époque, puisque déjà en son temps Théodore Delachaux empruntait aux dispositifs marchands pour concevoir ses expositions (« il est curieux de constater que l'essor et le perfectionnement des méthodes de présentation des collections nous est venu des commerçants », *Rapport du Musée d'ethnographie*, 1934, p. 109) et Jean Gabus préconisait de s'intéresser davantage aux « procédés des étalagistes dans les grands magasins, des foires industrielles, des scènes de théâtre » (Gabus, 1955: 15). Voir l'article de Valérie Sierro (2005: 323).

Davantage que relevant d'un type d'acteur du champ, les expositions d'objets ethnographiques témoignent de modalités d'appropriation des productions matérielles d'une altérité définie, et donc par extension d'une appropriation de cette altérité même. Cette modalité d'appropriation telle qu'observée sur ce terrain de recherche montre les spécificités de son époque – artification de l'objet et de l'exposition, singularisation, etc. – tout en s'ancrant dans des considérations historiques importantes, malgré des dispositifs les gommant parfois : ainsi la large place de l'Afrique et de la sculpture dans les dispositifs étudiés témoigne d'un mode de structuration de la discipline ethnologique et ce même si le musée d'ethnographie et sa discipline ont vécu une séparation houleuse.

Finalement, les expositions ont pour conséquence, si ce n'est pour objectif avéré, de transmettre et de diffuser le cadre des conventions de valeurs des objets, tout en répondant aux enjeux cités *supra*. Envisager les expositions comme des espaces de théâtralité nous montre qu'il s'agit d'une appropriation spécifique de l'altérité : une forte centralisation sur l'Afrique, par exemple, qui bien que très marquée du côté marchand est aussi très prégnante du côté muséal ; des dispositifs individualisant les objets et/ ou favorisant leur appréhension comme des tableaux, par opposition, par exemple, aux dispositifs du début du siècle favorisant les monstrations de séries et de nombreux objets d'un même type ; une dramaturgie importante créée par l'éclairage notamment. Dans un espace performé, l'exposition crée une fiction, une histoire spécifique à notre représentation actuelle de ce que sont, de ce que nous devons en faire et de ce que doivent transmettre ces objets ethnographiques.