

# Les thèmes de la contextualisation chez les visiteurs de musée \*

Estelle Chamberland  
université de montréal

Malgré les nombreuses études effectuées sur le visiteur de musée, les données concernant l'expérience vécue par ce dernier dans son contact avec l'objet et ce qui compte réellement pour lui dans sa démarche pour donner un sens à ce qu'il voit sont pratiquement inexistantes. Une recherche exploratoire et qualitative a été menée dans le but de découvrir quels sont les aspects de l'objet et du contact avec celui-ci qui entrent dans la contextualisation qu'effectuent les visiteurs ainsi que l'importance qu'ils accordent à chacun d'eux. Nous avons identifié dix thèmes autour desquels s'effectue la contextualisation. L'importance et la répartition de ceux-ci semblent relever d'un choix personnel de l'individu selon ses préoccupations et son style cognitif. La diversité de ces thèmes et la place qu'ils occupent dans la démarche des visiteurs viennent nuancer la vision par trop focalisée que certains auteurs ont eue jusqu'à ce jour sur ce phénomène. Il apparaît également qu'une approche quantitative, bien qu'utile pour indiquer certaines tendances, ne peut rendre compte à elle seule de la portée réelle d'un thème dans la contextualisation.

Although museum visitors have often been studied, we know little about their lived experience, or about how they make sense of what they see. This preliminary qualitative study shows how museum visitors decide which features of objects they consider when putting those objects in context, and the relative importance of each feature. We found ten approaches that typify visitors' ways of contextualizing. To what extent a visitor uses any one approach depends on her or his interests and cognitive style. The diversity of visitors' responses ought to lead researchers to take a broad view of studies of museum education. Quantitative research, although helpful in pointing out patterns, cannot by itself account for people's ways of contextualizing.

On conçoit de plus en plus la connaissance non comme un état, mais comme un acte créateur (Rosnow, 1986). On sait que rien n'est jamais perçu et compris isolément en soi et pour soi dans une sorte de vacuum matériel, social ou psychologique, mais que, ce que nous percevons, ce sont des

---

\* Cette recherche a été rendue possible grâce à des subventions du Fonds pour la formation de chercheurs et l'aide à la recherche du Québec et du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada.

relations. (Bateson et al., 1981; De Rosnay, 1975; Watzlawick, Beavin et Jackson, 1972). Comprendre, accéder au sens consiste à structurer ces relations pour former un contexte, une image cohérente d'une situation. Bref, comprendre consiste à contextualiser. Il est reconnu que déjà, au premier niveau de la perception, il y a interprétation, donc construction et inférence de la part de l'individu (Gibson, 1977; Hoffman, 1986; Jenkins, 1974; Neisser, 1976; Rosnow & Georgoudi, 1986; Weimer, 1977). Cette construction implique un investissement personnel de l'individu; la définition même de ce qui constitue un événement et de ce qui compte réellement dans celui-ci revient à l'individu qui y est impliqué (Bateson et al., 1981). La contextualisation est donc une activité naturelle, fondamentale et spontanée et elle répond à des besoins multiples dans tous les secteurs de la vie (Arnheim, 1969, 1976; Bateson, 1972/1977; Bransford, McCarrel, & Nitsch, 1976; De Rosnay, 1975; Koestler, 1964; McGuire, 1986; Watzlawick, Beavin et Jackson, 1972; Weimer, 1977). L'utilité d'une telle notion n'est donc plus à établir. On ne manque pas non plus d'idées sur ses fonctions. Cependant, on n'est pas encore parvenu à spécifier comment s'opère la contextualisation, et c'est sur ce point que porte notre recherche.

Nous verrons d'abord sous quels angles la contextualisation a été étudiée et l'état actuel des connaissances sur ce phénomène dans divers domaines, et plus particulièrement dans celui de la muséologie. Nous aborderons plus spécifiquement un aspect de ce processus, celui des thèmes à l'aide desquels l'individu contextualise un objet, et nous exposerons les résultats obtenus dans une étude exploratoire que nous avons menée sur le processus de contextualisation chez le visiteur de musée.

#### ÉTAT DES CONNAISSANCES SUR LA CONTEXTUALISATION

De nombreuses études ont envisagé les effets du contexte situationnel externe (information de source extérieure à l'individu et liée à une situation donnée: lieu, matériel, message) sur la perception, la compréhension et le comportement d'un individu. Ces recherches tenaient d'une vision mécaniste du fonctionnement humain et s'appuyaient sur une conception de la notion de contexte qui se réduisait généralement à l'environnement physique ou matériel (Davies, 1986; Hoffman, 1986; Tiberghien, 1986). Peu à peu, la notion de contexte s'élargissant, l'intérêt s'est déplacé vers le contexte interne (conditions et aspects internes de l'individu). Mais en parlant de contexte interne, on ne se référait en réalité qu'aux indices intraorganiques dont la définition se limitait bien souvent à l'état émotif du sujet seulement. Les études qui s'y sont consacrées visaient à découvrir l'impact des conditions internes (en l'occurrence de l'état émotif provoqué chez un individu par des drogues ou des techniques behaviorales) sur les perceptions et le comportement de l'individu (Teasdale, 1983; Teasdale, Taylor, & Fogarty, 1980). La définition du contexte interne s'est élargie depuis: on y inclut les connaissances de l'individu, les formes d'organisation de celles-ci, les

habiletés de toutes sortes, l'état organique, l'orientation de l'attention et les dispositions mentales et émotionnelles (Tiberghien, 1986). L'intérêt des chercheurs s'est déplacé de façon importante vers les représentations mentales que l'individu construit pour donner un sens au monde qui l'entoure.

Pour certains (Kaplan & Kaplan, 1982; Mancuso & Sarbin, 1983; Sarbin & McKechnie, 1986), la construction de la signification consiste à ancrer une chose, une information, dans un schéma interactif, une structure dramatique, car l'être humain pense, perçoit et imagine selon une structure narrative. En somme, l'image cohérente est celle qui s'inscrit dans un scénario, celui que raconte une histoire. D'autres (Bruner, 1973, 1984; Hupet et Costermans, 1982) voient dans la contextualisation une traduction d'événement sous forme symbolique. De son côté, Gibson (1977) affirme que ce que nous percevons, ce sont les valeurs d'utilisation de l'objet, c'est-à-dire ce qu'il peut nous apporter, comment il convient à nos besoins et à nos attentes ("theory of affordances"); ce sont elles qui constituent le véritable sens de l'objet. Pour cet auteur, la perception de l'environnement est inséparable de la proprioception (perception de son propre corps) et c'est ce qui ferait que les possibilités de correspondance de l'objet avec les besoins de la personne sont perçues par cette dernière de façon immédiate et directe. Cette théorie donne à penser que la contextualisation se fonderait principalement sur la perception de ce type particulier de relation. Par ailleurs, dans sa théorie de la pensée intuitive, Bastik (1982) souligne l'importance de la perception de la structure émotionnelle liée à une situation ("emotional set"). Les relations que l'individu établit avec l'objet extérieur sont empreintes d'une qualité émotionnelle particulière et c'est sur la base de cette qualité qu'elles sont encodées. La résonance affective des contextes que l'individu construit mentalement est donc essentielle à ce mode de conscience et de compréhension du monde. Il faut enfin souligner que les études portant spécifiquement sur la construction de la représentation sémantique se sont effectuées surtout dans le domaine de la compréhension du langage, de la résolution de problème et de la mémoire (Bransford & Franks, 1971; Bransford, Barclay, & Franks, 1972; Ehrlich, 1985a, 1985b; Richard, 1984, 1985).

Mais qu'en est-il dans une situation de grande liberté comme celle qui caractérise une visite au musée où le visiteur n'est pas contraint par des objectifs précis ou un problème à résoudre? La contextualisation qu'il fait de l'objet tourne-t-elle autour du thème des valeurs d'utilisation ou de la valeur symbolique de l'objet? Sa structure est-elle narrative ou émotionnelle?

Pour certains muséologues, la construction d'exhibits qui replacent l'objet dans son environnement naturel est une condition des plus importantes pour un contact enrichissant avec celui-ci. Cette façon de contextualiser pourrait même, selon eux, être la seule façon valable pour le visiteur de trouver une signification à l'objet (Doré, 1985; Pezet, 1985). Si tel est le cas, on pourrait s'attendre à ce que la contextualisation que le visiteur fait de l'objet soit une

tentative de reproduction du contexte d'origine de l'objet. Pour d'autres auteurs, il existe un fossé entre le visiteur et l'objet, et le rôle du muséologue en est un d'interprète. Ce dernier doit, pour ainsi dire, traduire l'objet pour le visiteur en attirant son attention sur des caractéristiques et des aspects particuliers (Giraudy et Bouilhet, 1977; Porter & Martin, 1985; Screven, 1969; Shettel, 1973). Cette position repose sur l'idée que la contextualisation consiste principalement à accumuler des informations spécifiques sur l'objet.

De nombreuses études ont été menées pour tenter de connaître le visiteur de musée. Elles ont abouti à en faire une description assez détaillée (caractéristiques propres, comportements, attentes et besoins, apprentissages mesurés d'après des objectifs préalablement fixés par le muséologue) (Griggs & Alt, 1982; Hayward & Larkin, 1983; Loomis, 1973; Washburne & Wagar, 1972). Par contre, les données concernant l'expérience vécue par le visiteur au contact de l'objet, ce qui compte réellement pour lui dans la construction du sens, sont pratiquement inexistantes. Les décisions des concepteurs d'exhibits s'appuient donc en fait sur une connaissance partielle et somme toute superficielle du visiteur. Que produit donc le visiteur lorsqu'il contextualise l'objet de musée? À partir de quelles perspectives se forme-t-il une représentation sémantique de l'objet? Pour répondre à ces questions, il faut de toute évidence explorer le point de vue du visiteur (Alt & Griggs, 1984; Scrutton, 1969; Trudel, 1985).

#### DESCRIPTION D'UNE ÉTUDE EMPIRIQUE

C'est dans cette perspective que nous avons mené l'étude dont nous présentons ici les résultats. Notre recherche fut essentiellement exploratoire et qualitative, tentant de suivre au plus près ce qui se passe chez une personne qui tente de donner un sens aux objets qui lui sont présentés. Une telle recherche était à notre avis nécessaire pour départager entre les opinions existantes et pour faire émerger, le cas échéant, une conception plus appropriée de la contextualisation.

Nous avons accompagné et recueilli les propos de 45 adultes visitant une exposition de mollusques dans un musée de sciences naturelles, le Musée Georges-Préfontaine de Montréal. La conception des exhibits se caractérisait par une grande simplicité et une parcimonie des informations fournies au visiteur: chaque vitrine contenait cinq coquillages disposés sur un fond de tissu bleu uni et accompagnés d'une étiquette sur laquelle on pouvait lire les appellations communes et scientifiques du coquillage, sa famille d'appartenance et son aire de distribution géographique.

Les sujets étaient des personnes issues de milieux divers qui avaient accepté de collaborer à notre recherche. Ils étaient donc informés au départ de la procédure de cueillette des données et de ce qui était attendu d'eux, c'est-à-dire communiquer verbalement leur expérience au fur et à mesure de la visite. Il s'agissait de 20 hommes et de 25 femmes ayant entre 21 et 61

ans et présentant des caractéristiques diverses (niveau d'instruction, profession, fréquentation muséale), caractéristiques qui ont été compilées à partir des informations recueillies à l'aide d'un court questionnaire administré à chaque sujet avant la visite.

Chaque personne effectuait sa visite individuellement avec un accompagnateur qui se limitait à l'écouter et à l'encourager à la verbalisation par des signes de tête ou quelques paroles laconiques. Les données sont constituées des verbalisations des visiteurs recueillies sur bande magnétique. Elles sont de trois types: a) les verbalisations spontanées livrées par le sujet au moment de la visite, b) les verbalisations fournies en réaction à un instrument projectif simple (présentation d'une photographie d'un visiteur anonyme devant les mêmes vitrines, à laquelle était jointe la question suivante: "Que pensez-vous qu'il se passe chez cette personne au moment où elle regarde ces coquillages?") c) les propos du visiteur recueillis en dernier lieu au cours d'un entretien semi-structuré avec l'accompagnateur.

Une analyse qualitative de ces données a permis d'identifier les thèmes de la contextualisation. Une première lecture des comptes rendus visait à faire ressortir les points saillants de l'expérience du visiteur. Il est alors apparu évident que le visiteur ne procédait pas à la construction d'un produit de type *mini-contextes* aux contours définis s'enchaînant les uns aux autres dans une séquence linéaire. La pensée du visiteur est plutôt vagabonde, effectuant de fréquents va et vient d'un aspect à un autre et des répétitions plus ou moins modulées. La perception de cette redondance dans les propos des visiteurs a permis de déceler les motifs et les accents qui donnent à la contextualisation sa couleur particulière. Les thèmes de la contextualisation sont donc en réalité les angles sous lesquels l'individu aborde l'objet. Dans un deuxième temps, une classification des verbalisations attribuables à chaque thème, leur compilation et l'utilisation de pourcentages a permis de voir quelle place chaque thème occupait dans la contextualisation des visiteurs. Enfin, dans un troisième temps, une analyse du contenu de ces thèmes et de leur influence sur la contextualisation a été effectuée en regard des différentes étapes de la cueillette de données.

## RÉSULTATS

Nous présentons d'abord une description générale des thèmes identifiés. Nous voyons ensuite quelle importance et quelle place les visiteurs accordent à chaque thème. Nous abordons enfin la répartition des thèmes sous deux angles. Premièrement, nous tentons de voir s'il existe une différence dans le nombre de thèmes et la place accordée à chacun d'eux dans les verbalisations spontanées recueillies durant la visite par rapport à ce que l'on a obtenu dans l'ensemble de la cueillette (visite + instrument projectif + entretien). Deuxièmement, nous voyons combien de thèmes entrent en jeu dans la démarche des visiteurs pour donner un sens à l'objet.

*Les thèmes de la contextualisation*

Nous avons identifié dix thèmes autour desquels s'effectue la contextualisation et que nous avons nommés l'ambiance, l'aura émotionnelle, le symbolisme, l'identification, la description, les aspects biologiques, les aspects écologiques, les valeurs d'utilisation, les séquences d'interaction et les comparaisons de contextes.

**L'ambiance**

À la vue des objets exposés (coquillages), il arrive que le visiteur se transporte dans des lieux, des paysages, des moments qu'il associe la plupart du temps à la mer et à l'eau et qui le plongent dans une atmosphère particulière. Il en tire des impressions, la plupart du temps globales qui se réfèrent à la détente, au dépaysement, aux vacances, impressions qui naissent au-delà du contact sensoriel, dans la sensualité et la formation d'images intérieures. C'est en termes de sensations et d'impressions unifiant l'ensemble des éléments d'un décor et de l'événement que les sujets décrivent l'ambiance dans laquelle ils se sont plongés en pensée à la vue des coquillages: "J'imagine la chaleur, je sens l'odeur des algues et l'air salin . . . il me semble entendre le bruit du ressac . . . c'est calme, c'est relaxant." L'oeil n'est plus uniquement l'organe qui voit, c'est aussi l'oeil qui touche, qui sent, qui entend. L'ambiance n'est pas étrangère à l'état affectif du visiteur et elle met assez rapidement ce dernier en contact avec son univers symbolique personnel.

**L'aura émotionnelle**

Lorsqu'à la vue de l'objet le visiteur entre en contact avec ses émotions, on peut dire qu'une sorte d'aura émotionnelle enveloppe la rencontre dans sa totalité. Les émotions qu'éprouve la personne au contact de l'objet agissent comme des facteurs de syntonisation: "Je ressens de la nostalgie. Ça a touché quelque chose de tendre." "Ces teintes me ravissent. Ah! l'émerveillement!" À ce moment, la personne est touchée directement sans qu'intervienne la raison. Les émotions exprimées par le visiteur peuvent être positives ou négatives, liées à des expériences passées ou vécues sur-le-champ et elles contribuent à donner à l'événement ce que Jenkins (1974) a appelé sa qualité ou sa texture.

**Le symbolisme**

Le thème du symbolisme se distingue de celui de l'aura émotionnelle bien qu'on puisse éprouver des émotions au contact des symboles. Ce thème porte au-delà de la perception sensorielle, de la sensation, de l'identification et de l'explication. Il transcende la réalité concrète pour offrir une vision

élargie et pressentie de ce qui relie l'être à l'univers: "Je trouve ça apaisant comme une mère." "Grandeur et solitude." Le symbolisme atteint une sorte de synthèse qui révèle le sens intime et profond que la personne attache à l'univers où l'objet la transporte: "Les coquillages, c'est la mer, la force, la majesté, c'est grandiose." À l'instar de l'ambiance et de l'aura émotionnelle, le symbolisme agit de façon enveloppante et procède d'une résonance directe entre la personne et l'objet.

### L'identification

L'identification est une façon pour le visiteur de savoir à quoi il a affaire. Elle consiste souvent à déterminer d'abord le degré de familiarité d'un objet, à le situer dans son univers personnel. Elle peut être globale et se limiter à classer les objets en deux catégories: ceux que l'on reconnaît et ceux que l'on ne connaît pas. L'identification peut aussi se faire plus précise: nommer l'objet, le distinguant ainsi des autres tout en le rattachant à une classe spécifique, le localiser, c'est-à-dire identifier son lieu d'origine et sa distribution géographique, et repérer en même temps les endroits connus où l'on est susceptible de le rencontrer. Tout contribue à assigner à l'objet une place particulière et unique dans une image personnelle du monde.

### La description

La description provenant d'une appréhension sensorielle immédiate ou de perceptions d'analogies et d'associations diverses est davantage une façon d'appivoiser l'objet, de se l'approprier mentalement. Elle est une façon d'approcher l'objet par ses caractéristiques physiques, donc les plus accessibles, et d'en composer un portrait, une image pleine de vie. Le visiteur sélectionne ainsi parmi de multiples sensations celles qui le frappent et qui ont une signification particulière pour lui. Même s'il ne s'agit que d'une esquisse, cette description sera souvent mémorisée plus efficacement que le nom de l'objet auquel d'ailleurs il pourra se substituer pour désigner l'objet. Par exemple, le visiteur oubliant le nom de *Pleuroploca* désignera ce coquillage comme "Celui qui ressemble à un animal préhistorique" ou encore désignera l'huître perlière par ces mots: "La belle dorée toute douce."

### Les aspects biologiques et les aspects écologiques

Les aspects biologiques et écologiques sont deux thèmes plus spécifiques au type de musée choisi et au domaine visé par l'exposition, en l'occurrence les sciences naturelles et les coquillages. Les aspects biologiques visent la constitution et la vie du coquillage: comment il se déplace, de quoi et comment il se nourrit, comment il se reproduit. L'écologie vise le milieu dans lequel il vit, les éléments qui composent son environnement et les rapports que le coquillage entretient avec les autres organismes. Le visiteur

tente ici de se faire une image plausible du milieu naturel des coquillages en posant des questions, en faisant des hypothèses, des déductions, en tentant de se représenter ce milieu à partir d'éléments tirés de souvenirs personnels et de connaissances antérieures.

#### Les valeurs d'utilisation

Les visiteurs s'intéressent aussi aux utilisations générales des objets et à celles qu'ils pourraient eux-mêmes en faire. Que font les pêcheurs des coquilles une fois que l'animal en a été retiré et vendu? Quelles utilisations les indigènes de tel pays faisaient-ils de ces coquillages? Tel coquillage a la forme d'un vase et serait un joli bibelot dans le salon. Quelle utilisation en faire en classe avec les élèves?

#### Les séquences d'interactions

Parfois aussi, le visiteur imagine des séquences d'interactions qui se déroulent comme dans un film intérieur. Ainsi sont mis en scène des personnages divers: parents, amis, connaissances, peuplades et ce, en présence ou non de l'objet. On peut également retrouver dans ces scènes certains personnages en interaction avec le sujet lui-même, ou encore, le sujet seul avec l'objet. Souvenirs, reportages que l'on a vus, histoires que l'on a entendues alimentent ces scénarios. Parfois aussi ces derniers sont inventés sur-le-champ, dans une sorte de rêverie. Ce thème se distingue de celui des valeurs d'utilisation car il ne vise pas uniquement l'aspect fonctionnel de l'objet, mais les diverses facettes de l'expérience que le visiteur en a.

#### La comparaison de contextes

À partir du contexte global de la visite au musée, du musée lui-même ou du type de présentation des objets, le visiteur perçoit des analogies avec d'autres musées ou d'autres types de contextes: le laboratoire de biologie où des objets semblables sont examinés, classifiés, préservés et rangés, la vitrine de bijoutier ou la galerie d'art où les objets, comme dans un écrin, sont posés sur un tissu dont la teinte souligne leur beauté, le bateau à fond de verre à partir duquel le visiteur a déjà pu observer des poissons, des coraux et des coquillages. Ces comparaisons de contextes se font par le biais de souvenirs d'événements précis ou à partir d'images familières et indiquent dans quelle perspective le visiteur approche l'objet.

---

Tous ces thèmes offrent des angles d'exploration différents et constituent les accents qui donnent à la composition sa qualité particulière. Devant leur nombre et leur diversité, on se rend compte que la contextualisation est un

processus complexe, une exploration qui se fait dans divers sens; deux ou trois types de relations ne suffiraient pas à illustrer la diversité des goûts, des intérêts, des besoins, des sensibilités et des préoccupations, non seulement d'un individu à un autre, mais aussi chez une même personne.

*Importance accordée aux thèmes dans la contextualisation*

Les divers thèmes que nous venons de décrire peuvent être comparés aux fibres qui composent une étoffe. Ce qui donne à une étoffe sa couleur, sa texture et sa qualité particulières, c'est bien sûr le type de fibres qui la composent, mais aussi la place qui est accordée à chacune d'elles et les proportions dans lesquelles elles se trouvent tissées ensemble. Quelle place les visiteurs accordent-ils à chaque thème dans la contextualisation qu'ils font de l'objet? La figure 1 illustre les proportions dans lesquelles chaque thème apparaît dans les verbalisations des visiteurs.

Les thèmes dominants

Les thèmes les plus souvent abordés sont l'identification et la description. Que faut-il en penser? On comprend aisément que le mouvement spontané envers une chose, particulièrement s'il s'agit d'une chose nouvelle, soit de l'identifier. Identifier est une façon pour l'individu de savoir à quoi il a affaire et de déterminer le degré de familiarité de l'objet.

FIGURE 1  
*Proportion des verbalisations pour chaque thème  
de la contextualisation*

Mais les visiteurs ont également mentionné d'autres finalités à l'identification: pour certains, elle est "une façon de mettre de l'ordre dans la foule d'impressions qui se présentent," pour d'autres elle permet de "vérifier ou de confirmer ses connaissances, d'étendre l'éventail de sa documentation personnelle" ou encore "de montrer ses connaissances à l'accompagnateur." Il n'est donc pas surprenant que le thème de l'identification revienne si souvent, d'autant plus qu'au musée, l'objet est non seulement montré au visiteur, mais il lui est pour ainsi dire "présenté." Pourtant, fait paradoxal, bien que les visiteurs investissent beaucoup d'énergie dans l'identification des objets, ils ne retiennent que très peu, parfois rien de l'information recueillie. Les diverses finalités que nous venons de mentionner, ainsi que certaines études faites sur la mémoire (Bransford, Barclay, & Franks, 1972; Jenkins, 1974), et plus particulièrement sur la notion de spécificité d'encodage (Tulving & Thomson, 1973) permettent de comprendre ce fait. Les conditions particulières au moment de l'encodage déterminent la mémorisation et le rappel de l'information. Au-delà des mots inscrits sur les étiquettes, c'est leur implication sémantique qui importe; celle-ci constitue la spécificité de l'encodage, c'est elle donc qui sera retenue (Bransford, Barclay, & Franks, 1972; Jenkins, 1974; Tulving & Thomson, 1973). C'est pourquoi les noms scientifiques peuvent dire quelque chose à l'expert ou à celui qui a fait du latin, mais pas aux autres. Les noms vulgaires sont plus près de la majorité des visiteurs parce qu'ils sont généralement redondants, ils se réfèrent à l'aspect physique ou fonctionnel que l'on est à même de percevoir (*Couteau de l'Atlantique*, *Olive porphyre*, Huître *perlière*). Ce qui sera retenu de cette information, c'est souvent l'élément qui saura le plus rendre l'objet familier, celui qui se réfère à ou qui décrit la relation qui a été établie, car c'est elle qui porte le sens. On comprend ainsi pourquoi le thème de la description occupe presque autant de place que celui de l'identification. Si l'information fournie par l'étiquette ne permet pas d'établir une relation assez frappante pour le sujet, celle-ci sera supplantée par une autre: c'est le cas pour cette visiteuse qui parle de ces "coquillages torturés" plutôt que de Strombe, de Murex ou de Busycon poire.

#### Les thèmes à caractère particulier

Les proportions d'utilisation des thèmes ne doivent être envisagées qu'en tant qu'indices d'une tendance; l'importance de ceux-ci dans la contextualisation ne saurait être jugée sur l'unique base de la fréquence d'utilisation, car un thème peu employé peut avoir un rôle très important à cause de son implication sémantique. À cet égard, la contextualisation peut être comparée à une peinture et les thèmes à ses couleurs; qu'on retranche une couleur et le tableau n'est plus le même, une couleur peut apparaître par touches parcimonieuses et cela suffit à faire vibrer l'ensemble du tableau. Il en est ainsi des thèmes de l'ambiance, de l'aura émotionnelle, du symbolisme et de la comparaison de contextes.

Parce qu'ils résultent d'un effet de résonance directe et qu'ils agissent essentiellement au niveau du *ressenti*, ils sont des plus difficiles à traduire en mots. De plus, ces thèmes se caractérisent par le fait qu'ils enveloppent littéralement le contact avec l'objet, le visiteur ne les évoque donc pas devant chaque coquillage—comme c'est le cas, par exemple, pour l'identification et la description—et par le fait qu'ils ne s'évanouissent pas nécessairement une fois qu'ils ont été exprimés verbalement. Enfin, il est possible que le visiteur se retienne parfois de s'exprimer totalement sur ces thèmes à cause d'une certaine pudeur à livrer à une personne étrangère (l'accompagnateur) ce qu'ils peuvent révéler d'intime; comme pour toute chose chargée d'affectivité ou de merveilleux, s'exprimer sur ces thèmes exige une sorte de rite d'entrée.

On comprend dès lors que le pourcentage des verbalisations où apparaissent ces thèmes soit assez faible. Leur importance dans la contextualisation et leur impact dans l'expérience du visiteur n'en est pas pour autant négligeable. Les visiteurs rapportent par exemple que l'ambiance joue un rôle de tremplin: elle déclenche des images familières, des souvenirs, des émotions. Elle est aussi un facteur déterminant de la syntonisation de l'individu à l'objet: lorsqu'elle est perçue négativement, elle sape l'intérêt et la curiosité alors que, perçue positivement, elle met l'individu dans de bonnes dispositions. Les comparaisons de contextes indiquent dans quelle optique le visiteur approche l'objet: avec un regard curieux et scrutateur, comme dans un laboratoire de biologie, avec un oeil charmé par la beauté des objets ou un oeil impressionné par l'aspect précieux et rare de l'objet, comme dans une galerie d'art ou chez un bijoutier; cette optique pourrait éventuellement être déterminante dans la relation qui s'établit entre la personne et l'objet. Par ailleurs, les liens les plus intimes de l'individu avec l'objet résident dans l'aura émotionnelle dont il entoure celui-ci et dans les rapports symboliques qui les unissent. Ces thèmes ramènent la personne à elle-même dans une expérience totalisante et condensent l'expérience en une impression profonde qui donne à la relation avec l'objet sa qualité particulière. Se baser uniquement sur l'information que donne une mesure quantitative risque donc d'affadir la vision de la contribution réelle de ces thèmes qui gagnent à être approchés et pénétrés par la voie des saveurs et des intensités.

#### Les diverses positions théoriques

Les thèmes des séquences d'interaction (9,7% des verbalisations) et des valeurs d'utilisation (3,8%) ont fait l'objet d'études dans des domaines différents du nôtre (perception, communication, relations interpersonnelles) tandis que ceux des aspects biologiques (5%) et écologiques (3,7%), plus spécifiques au domaine visé par notre étude, rejoignent davantage les préoccupations des muséologues et des concepteurs d'exhibits de musées. La place accordée à chaque thème par les visiteurs est-elle à la mesure de celle que les muséologues leur accordent dans un bon nombre d'exhibits de musées, et est-elle aussi à l'image de celle que les auteurs leur accordent dans la vision qu'ils ont développée du phénomène de construction du sens?

FIGURE 2  
*Proportion des verbalisations accordée aux thèmes  
après restructuration des données permettant  
de former le nouveau thème fiche spécifique*

Le musée qui a servi de cadre à notre recherche concerne le domaine des sciences naturelles. Les informations spécifiques à l'objet fournies dans les exhibits que nous avons utilisés sont du type de celles que l'on trouve dans bon nombre d'exhibits de musées de sciences naturelles sur les étiquettes, les panneaux, les dépliants; elles comprennent les noms de l'objet, celui de la famille à laquelle il appartient et sa localisation (informations contenues dans le thème identification). Si nous ajoutons à ces informations les aspects biologiques, nous obtenons un thème que nous avons appelé *fiche spécifique*.

Nous avons comparé la proportion des verbalisations consacrées à ce thème par rapport aux autres thèmes (figure 2). On constate que l'intérêt des visiteurs pour les informations spécifiques à l'objet est important mais qu'il ne constitue pas à lui seul la totalité, ni même la plus grande partie des préoccupations. Par ailleurs, comme les exhibits ne fournissaient pas d'informations sur le cadre naturel de l'objet, si celui-ci avait été une condition essentielle ou très importante pour trouver un sens à l'objet, comme le supposent certains auteurs (Doré, 1985; Pezet, 1985), le visiteur aurait surtout tenté de se faire une représentation fidèle ou tout au moins plausible

du milieu d'origine de l'objet: fond marin, fond des lacs et des rivières, littoral, tous lieux qui voient naître et se développer les coquillages. C'est le thème *aspects écologiques* qui regroupe ce type d'informations. Or ce thème ne se retrouve que dans 3,7% des verbalisations. Ce pourcentage, ainsi que la diversité des thèmes abordés par les sujets, indiquent que la reconstitution du contexte d'origine est loin d'être la principale préoccupation du visiteur.

Si on regroupait les thèmes de l'ambiance et celui des aspects écologiques, on rejoindrait peut-être la position des auteurs concernant la reproduction du cadre d'origine de l'objet. En effet, lorsque le visiteur fait allusion au bord de mer, on peut considérer celui-ci comme le milieu d'origine de l'objet, puisqu'il est le lieu naturel où les coquillages viennent souvent s'échouer et où on en fait la cueillette lorsque la marée se retire. La figure 3 illustre les proportions des verbalisations obtenues à la suite de ce regroupement et la place qu'occuperait le thème *cadre d'origine* par rapport aux autres thèmes.

Ainsi regroupés, les thèmes de l'ambiance et des aspects écologiques occuperaient 10,1% des verbalisations. Une telle proportion ne suffit pas pour affirmer que c'est principalement par la représentation ou la reconstitution du cadre d'origine de l'objet que le visiteur trouve un sens à l'objet qu'il observe.

FIGURE 3

*Proportion des verbalisations accordée aux thèmes après restructuration permettant de former le nouveau thème cadre d'origine*

Nos résultats viennent également nuancer les façons de voir des auteurs d'autres domaines que celui de la muséologie. La diversité des perspectives ainsi que le nombre de thèmes utilisés par le visiteur dépassent l'idée que se font les auteurs de ce qui compte aux yeux de la personne dans sa quête de sens. La contextualisation que les visiteurs font de l'objet déborde ainsi largement le champ des intérêts et des préoccupations qu'on leur prête et auxquels on tente de répondre dans la construction des exhibits au musée. Les différents points de vue qui ont tendance à mettre toute l'importance sur un seul aspect de la construction du sens n'ont trouvé, dans l'expérience du visiteur, aucun écho assez fort pour confirmer la suprématie de l'un d'eux dans la contextualisation, qu'il s'agisse des valeurs d'utilisation (thème mis de l'avant par Gibson, 1977), des séquences d'interaction ou de la structure dramatique (aspect mis de l'avant par Kaplan & Kaplan, 1982; Mancuso & Sarbin, 1983) ou même de la structure émotionnelle (aspect développé par Bastik, 1982).

Il importe toutefois de souligner que les théories dont nous nous sommes servi en guise de point de comparaison ont été élaborées dans des situations fort différentes de la nôtre. Il s'agissait alors d'études portant sur la perception, sur la personnalité ou sur l'intuition, où les sujets étaient placés devant des problèmes à résoudre, dans des situations de communication interpersonnelle, ou de témoignage à donner sur des événements précis. Aussi ne prétendons-nous pas réfuter les théories de ces auteurs. Nous tenons seulement à souligner que celles-ci ne peuvent s'étendre à toute situation de construction de la signification, particulièrement à une situation offrant un plus grand degré de liberté au sujet. De plus, ces comparaisons permettent de constater que la contextualisation ne peut être réduite à un seul aspect, une seule perspective.

#### *Répartition des thèmes*

Selon les étapes de la cueillette

La cueillette de données a été effectuée à des moments différents: d'abord, au moment même de la visite, puis au cours d'un entretien avec l'accompagnateur. Le fonctionnement du visiteur n'est pas le même dans les deux cas. Au cours de la visite, il est spontané, le visiteur est livré à lui-même puisque l'accompagnateur n'est, à toute fin pratique qu'une oreille sympathique. Au moment de l'entretien, par contre, le fonctionnement est réflexif et le visiteur jouit du support de la conversation et des questions qui lui sont posées. On peut donc se demander s'il y a une différence dans la répartition des thèmes ainsi que dans l'importance qui leur est accordée entre le matériel livré spontanément et l'ensemble du matériel recueilli. Si oui, quel est le sens de cette différence? La figure 4 illustre la proportion des verbalisations consacrées à chaque thème lors de la visite (verbalisations spontanées) et lorsque l'on additionne la visite et l'entretien.

FIGURE 4  
*Proportion des verbalisations relatives aux thèmes  
de la contextualisation au cours de la visite et  
quand on additionne visite et entretien*

Sauf en ce qui concerne les thèmes de l'ambiance et les séquences d'interaction, les deux portraits sont à peu près semblables. Par ailleurs, si tous les thèmes apparaissent déjà au cours de la visite, certains y sont très faiblement représentés (symbolisme, comparaison de contextes, ambiance).

Selon les résultats obtenus quand on met ensemble toutes les données recueillies, on peut croire que c'est grâce au support fourni par l'entretien que ces thèmes ont pris plus de poids; apparaissent, en tous cas, chez plusieurs sujets, des thèmes qu'ils n'avaient pas abordés à haute voix durant la visite.

Selon le nombre de thèmes utilisés par le visiteur

La diversité des thèmes observée chez l'ensemble des visiteurs se retrouve-t-elle dans l'expérience individuelle? Le visiteur aborde-t-il tous ces thèmes pour contextualiser l'objet? Le tableau 1 indique le nombre et la proportion de sujets en rapport au nombre de thèmes utilisés pour contextualiser les objets.

On constate que la plupart des sujets, 86,7% au total, n'abordent pas plus de la moitié des thèmes (de 0 à 5 thèmes) lors de la visite. Mais en regardant l'ensemble des données recueillies, on constate que cette proportion se réduit à 19,9%. L'analyse des comptes rendus individuels montre qu'il arrive qu'un visiteur s'en tienne uniquement aux thèmes qu'il a abordés spontanément et que l'entretien n'apporte qu'une infime modification de l'amplitude donnée à chacun.

TABLEAU 1  
*Proportion de sujets utilisant chaque nombre de thèmes pour contextualiser les objets*

	<i>Nombre de thèmes abordés dans la contextualisation</i>										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Visite</i>											
Nombre/											
sujets	2	1	2	10	15	9	3	2	0	1	0
Pourcentage	4,4	2,2	4,4	22,2	33,3	20	6,7	4,4	0	2,2	0
<i>Visite et entretien</i>											
Nombre/											
sujets	0	0	0	2	2	5	6	15	8	5	1
Pourcentage	0	0	0	4,4	4,4	11,1	13,3	33,3	17,8	11,1	2,2

Mais il arrive aussi qu'une personne n'aborde qu'un seul thème durant la visite et qu'elle lui greffe par la suite, mais en très faible proportion, un ou deux autres thèmes. Cela représente un type extrême. À l'autre extrémité se trouve la personne qui aborde tous les thèmes sans exception. Somme toute, il apparaît qu'en général la contextualisation est réalisée à partir de plusieurs thèmes dont la répartition semble relever d'un choix du visiteur selon ses préoccupations et son style cognitif.

Ces résultats suscitent une réflexion méthodologique. L'observation d'un processus comme celui de la construction du sens pose une difficulté particulière du fait qu'elle repose sur ce que les sujets peuvent et acceptent de livrer de leurs pensées et de leurs sentiments. De plus, le jugement qu'ils portent sur la pertinence et la valeur de leurs pensées pour la recherche à laquelle ils participent limite le matériel qu'ils livrent. Une cueillette de données en trois parties et le recours à des techniques différentes (accompagnement silencieux, utilisation d'un instrument projectif, entretien semi-structuré), se sont avérés un choix judicieux. Nos résultats confirment l'importance de procéder de cette manière. Nous croyons que le chercheur ne devrait pas se fier uniquement aux réponses que fournit le visiteur lorsqu'il est soumis à un questionnaire d'enquête à sa sortie du musée, ou à la seule observation des faits et gestes de ce dernier, parce que certains aspects de son expérience demandent, pour être révélés, une mise en confiance, des circonstances favorables (intimité, disponibilité) et la possibilité de s'exprimer par voie indirecte (instrument projectif). La valeur de cette méthode réside non seulement dans le fait qu'elle permet de recueillir des informations plus complètes, plus détaillées et plus variées que celles qu'on aurait pu obtenir en n'utilisant qu'une seule de ces techniques, mais également dans le fait qu'elle fournit un meilleur aperçu de ce qui se passe réellement au cours de la visite, en favorisant, chez le visiteur, la mise au jour d'aspects parfois très intimes de son expérience et délicats à exprimer.

Une remarque équivalente pourrait être faite sur la méthode d'analyse des données. Une mesure quantitative permet de déceler des tendances, mais nous avons vu que la valeur de certains thèmes de la contextualisation (ambiance, aura émotionnelle, symbolisme, comparaison de contextes) réside dans leur rayonnement, leur intensité et leur profondeur. Une mesure purement quantitative (fréquence d'apparition) ne saurait donc rendre justice à ces thèmes, ni en indiquer la véritable portée dans le processus de contextualisation.

#### CONCLUSION

La quantité et la diversité des thèmes décelés dans la démarche des visiteurs ont permis de nuancer et d'élargir la vision par trop focalisée que plusieurs auteurs avaient développée du phénomène de construction du sens. On se rend compte qu'en mettant l'accent sur un seul thème (valeurs d'utilisation, structure dramatique) et en concluant que ce thème constitue le noyau

central de la contextualisation ou sa forme naturelle, la complexité du phénomène étudié s'en trouve considérablement réduite, et, du même coup, on en perd la richesse et on n'aboutit qu'à une compréhension partielle.

Par ailleurs, nos résultats mettent en lumière une réalité qui contredit la position de certains auteurs. En premier lieu, la position qui affirme qu'un exhibit est éducatif en autant qu'il transmet un message clair, précis, saisi et retenu par un public défini (Screven, 1974; Shettel, 1973). L'idéal serait, selon ces auteurs, de partir d'objectifs bien définis, afin de couper court à l'ambiguïté. Cette position peut être rassurante pour le muséologue, car s'il se fixe des objectifs précis, il peut prétendre ensuite pouvoir effectuer des évaluations apparemment objectives de l'impact de son action sur le visiteur. Nos résultats permettent de croire que c'est là une vision assez étroite et fort limitée de l'expérience du visiteur et des bénéfices qu'il peut tirer de sa visite au musée. Avec une telle vision, le risque est grand de passer à côté de ce qui compte réellement pour le visiteur dans son contact avec l'objet. En second lieu, on conçoit généralement la visite au musée comme une communication entre le muséologue (émetteur d'un message) et le visiteur (récepteur du message) (Borun & Miller, 1980; Cameron, 1967; Screven, 1969; Scrutton, 1969; Shettel, 1973). Or, nos résultats montrent que cette perception n'est pas partagée par les visiteurs: même si les intentions et les objectifs des exhibits ne sont pas clairement définis, même si le sujet demeure seul face à l'objet, il peut se passer beaucoup de choses à travers ce contact et on peut penser, vu la diversité des thèmes abordés, que les bénéfices que le visiteur retire de son expérience ne se réduisent pas à un seul aspect, celui d'une augmentation d'un savoir théorique sur l'objet.

Nos résultats s'opposent également à une position extrême, que l'on retrouve dans la nouvelle muséologie, et qui propose la *désacralisation* de l'objet muséal par l'archivage systématique (Deloche, 1985). Cette approche qui se veut hautement objective, en privant l'individu de l'objet pour ne lui livrer que des informations choisies sur celui-ci, aseptise la démarche du visiteur de toutes résonances subjectives, et indique une volonté de contrôler l'expérience du visiteur. Cette position comporte un danger majeur: elle risque de ne livrer de l'objet que des aspects dont on ne sait pas s'ils ont un sens véritable pour la personne. Or nous croyons pouvoir dire de la signification qui résulte de la contextualisation de l'objet ce que Chevalier et Gheerbrant (1982) disent à propos du symbole: elle "n'est pas simple photographie d'une réalité toute extérieure, [elle] est convergence d'affectivité, communication vibratoire" (p. xxii). Quelques réflexions livrées par nos sujets sont révélatrices:

"C'est comme si les choses passaient toujours à travers soi."

"Ça me parle davantage parce que je me projette là-dedans."

"Ça me fait quelque chose parce que j'ai l'impression qu'il y a une partie de moi dans ça."

Ces exemples, joints aux résultats exposés, illustrent le besoin de l'individu de faire sa propre expérience du contact avec l'objet et non de saisir uniquement ce que d'autres ont perçu et jugé pertinent ou de grande valeur pour lui.

L'intérêt d'une démarche comme la nôtre est de préciser les angles d'attaque d'un domaine peu exploré dans le milieu que nous avons choisi, celui des musées. Nos résultats suggèrent plusieurs pistes intéressantes pour des recherches futures. Par exemple, les thèmes de la contextualisation sont-ils les mêmes, quelles que soient les circonstances de la visite et le type de musées? Devant des présentations d'objets différentes, les thèmes de la contextualisation sont-ils les mêmes et les accents portent-ils sur les mêmes aspects?

#### RÉFÉRENCES

- Alt, M.B., & Griggs, S.A. (1984). Psychology and the museum visitor. In J.M.A. Thompson (Ed.), *Manual of curatorship* (pp. 386–393). London: Butterworths.
- Arnheim, R. (1976). *La pensée visuelle* (traducteurs, Claude Noël et Marc Le Cannue). Paris: Flammarion. (Oeuvre originale publiée en 1969)
- Bastik, T. (1982). *Intuition: How we think and act*. New York: John Wiley & Sons.
- Bateson, G. (1977). *Vers une écologie de l'esprit* (tome 1) (traducteurs, F. Drosso, L. Lot et E. Siméon). Paris: Seuil. (Oeuvre originale publiée en 1972)
- Bateson, G. (1980). *Vers une écologie de l'esprit* (tome 2) (traducteurs, F. Drosso, L. Lot et E. Siméon). Paris: Seuil. (Oeuvre originale publiée en 1972)
- Bateson, G., Birdwhistell, R., Goffman, E., Hall, E.T., Jackson, D., Schefflen, A., Sigman, S. et Watzlawick, P. (1981). *La nouvelle communication* (Textes recueillis et présentés par Yves Winkin). Paris: Seuil.
- Borun, M., & Miller, M. (1980). To label or not to label. *Museum News*, 58(4), 64–67.
- Bransford, J.D., Barclay, J.R., & Franks, J.J. (1972). Sentence memory: A constructive versus interpretive approach. *Cognitive Psychology*, 2, 193–209.
- Bransford, J.D., & Franks, J.J. (1971). The abstraction of linguistic ideas. *Cognitive Psychology*, 2, 331–350.
- Bransford, J.D., McCarrel, N.S., & Nitsch, K.E. (1976). Contexte, compréhension et flexibilité sémantique: quelques implications théoriques et méthodologiques. *Bulletin de Psychologie*, numéro spécial, 345–355.
- Bruner, J.S. (1973). *Beyond the information given: Studies in the psychology of knowing*. New York: W.W. Norton.
- Bruner, J.S. (1984). Contexts and formats. Dans M. Moscato et G. Pieraut-Le Bonniec (dir.), *Le langage: construction et actualisation* (p. 69–80). Rouen: Publications de l'Université de Rouen.
- Cameron, D.F. (1967). How do we know what our visitors think? *Museum News* 45(7), 31–33.
- Chevalier, J. et Gheerbrant, A. (1982). *Dictionnaire des symboles*. Paris: Robert Laffont/Jupiter.
- Davies, G. (1986). Context effects in episodic memory: A review. *Cahiers de psychologie cognitive*, 6, 157–174.

- Deloche, B. (1985). L'épistémologie du musée. Dans Alain Nicolas (dir.), *Nouvelles muséologies* (p. 25–35). Marseille: Association muséologie nouvelle et expérimentation sociale.
- De Rosnay, J. (1975). *Le macroscope*. Paris: Seuil.
- Doré, G. (1985). Muséologie et initiation: le défi du loisir et de l'information. *Musées*, 8, 9–12.
- Ehrlich, S. (1984). Construction des représentations sémantiques: le fonctionnement du sujet. Dans M. Moscato et G. Pieraut-Le Bonniec (dir.), *Le langage: construction et actualisation* (p. 151–164). Rouen: Publications de l'Université de Rouen.
- Ehrlich, S. (1985a). La notion de représentation: diversité et convergences. *Psychologie française*, 30(3/4), 226–229.
- Ehrlich, S. (1985b). Les représentations sémantiques. *Psychologie française*, 30(3/4), 285–296.
- Gibson, J.J. (1977). The theory of affordances. In R. Shaw & J. Bransford (Eds.), *Perceiving, acting and knowing: Toward an ecological psychology* (pp. 67–82). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Giraudy, D. et Bouilhet, T. (1977). *Le musée et la vie*. Paris: La Documentation française.
- Griggs, S.A., & Alt, M.B. (1982). Visitors to the British Museum: Natural history in 1980 and 1981. *Museums Journal*, 82, 149–155.
- Hayward, D.G., & Larkin, L.W. (1983). Evaluating visitor experience and exhibit effectiveness at Old Sturbridge village. *Museum Studies Journal*, 1, 41–57.
- Hoffman, R.R. (1986). Context and contextualism in the psychology of learning. *Cahiers de psychologie cognitive*, 6, 215–232.
- Hupet, M. et Costermans, J. (1982). Et que ferons-nous du contexte pragmatique de l'énonciation? *Bulletin de Psychologie*, 35, 759–766.
- Jenkins, J.J. (1974). Remember that old theory of memory? Well forget it! *American Psychologist*, 29, 785–795.
- Kaplan, S., & Kaplan, R. (1982). *Cognition and environment: Functioning in an uncertain world*. New York: Praeger.
- Koestler, A. (1964). *Le cri d'Archimède*. Paris: Calmann-Levy.
- Loomis, R.J. (1973). Please not another visitor survey. *Museum News*, 52(2), 20–26.
- Mancuso, J.C., & Sarbin, T.R. (1983). The self narrative in the enactment of roles. In T.R. Sarbin & K.E. Scheibe (Eds.), *Studies in social identity* (pp. 233–253). New York: Praeger.
- McGuire, W.J. (1986). A perspectivist looks at contextualism and the future of behavioral science. In R.N. Rosnow & M. Georgoudi (Eds.), *Contextualism and understanding in behavioral science: Implications for research and theory* (pp. 271–301). New York: Praeger.
- Neisser, U. (1976). *Cognition and reality: Principles and implications of cognitive psychology*. San Francisco: W.H. Freeman.
- Pezet, M. (1985). Entretien. Dans A. Nicolas (dir.), *Nouvelles muséologies* (p. 13–17). Marseille: Association muséologie nouvelle et expérimentation sociale.
- Porter, J., & Martin, W. (1985). Learning from objects. *Museums Journal*, 85, 35–37.
- Richard, J.F. (1984). La construction de la représentation du problème. *Psychologie française*, 29(3/4), 226–230.

- Richard, J.F. (1985). La représentation du problème. *Psychologie française*, 30(3/4), 277–284.
- Rosnow, R.L. (1986). Summing up. In R.L. Rosnow & M. Georgoudi (Eds.), *Contextualism and understanding in behavioral science: Implications for research and theory* (pp. 271–302). New York: Praeger.
- Rosnow, R.L., & Georgoudi, M. (1986). The spirit of contextualism. In R.L. Rosnow & M. Georgoudi (Eds.), *Contextualism and understanding in behavioral science: Implications for research and theory* (pp. 3–22). New York: Praeger.
- Sarbin, T.R., & McKechnie, G.E. (1986). Prospects for a contextualism theory of personality. In R.L. Rosnow & M. Georgoudi (Eds.), *Contextualism and understanding in behavioral science: Implications for research and theory* (pp. 187–207). New York: Praeger.
- Screven, C.G. (1969). The museum as a responsive learning environment. *Museum News*, 47(10), 7–10.
- Screven, C.G. (1974). Learning and exhibits: Instructional design. *Museum News*, 52(5), 67–75.
- Scrutton, H. (1969). Specimens or people? *Museums Journal*, 69, 106–109.
- Shettel, H.H. (1973). Exhibits: Art form or educational medium? *Museum News*, 52(1), 32–41.
- Teasdale, J.D. (1983). Affect and accessibility. *Philosophical Transactions of the Royal Society (series B)*, 302, 403–412.
- Teasdale, J.D., Taylor, R., & Fogarty, S.J. (1980). Effects of induced elation-depression on the accessibility of memories of happy and unhappy experiences. *Behaviour Research and Therapy*, 18, 339–346.
- Tiberghien, G. (1986). Context and cognition: Introduction. *Cahiers de Psychologie Cognitive*, 6(2) (numéro spécial), 105–119.
- Trudel, J. (1985). Le principe du sablier. *Musées*, 8, 12–14 et 27–28.
- Tulving, E., & Thomson, D.M. (1973). Encoding specificity and retrieval processes in episodic memory. *Psychological Review*, 80, 353–370.
- Washburne, R.F., & Wagar, J.A. (1972). Evaluating visitor response to exhibit content. *Curator*, 15, 248–254.
- Watzlawick, P., Beavin, J.H. et Jackson, D.D. (1972). *Une logique de la communication*. Paris: Seuil.
- Weimer, W.B. (1977). A conceptual framework for cognitive psychology: Motor theories of the mind. In R. Shaw & J. Bransford (Eds.), *Perceiving, acting and knowing: Toward an ecological psychology* (pp. 267–311). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

---

L'adresse d'Estelle Chamberland est la suivante: Faculté des sciences de l'éducation, Université de Montréal, case postale 6128, succursale A, Montréal (Québec) H3C 3J7.