

L'exposition *Sensorium* à la Tate Britain. La peinture dans tous les sens

Jean-Alexandre Perras et Érika Wicky

Numéro 113, printemps-été 2016

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/81857ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Le Centre de diffusion 3D

ISSN

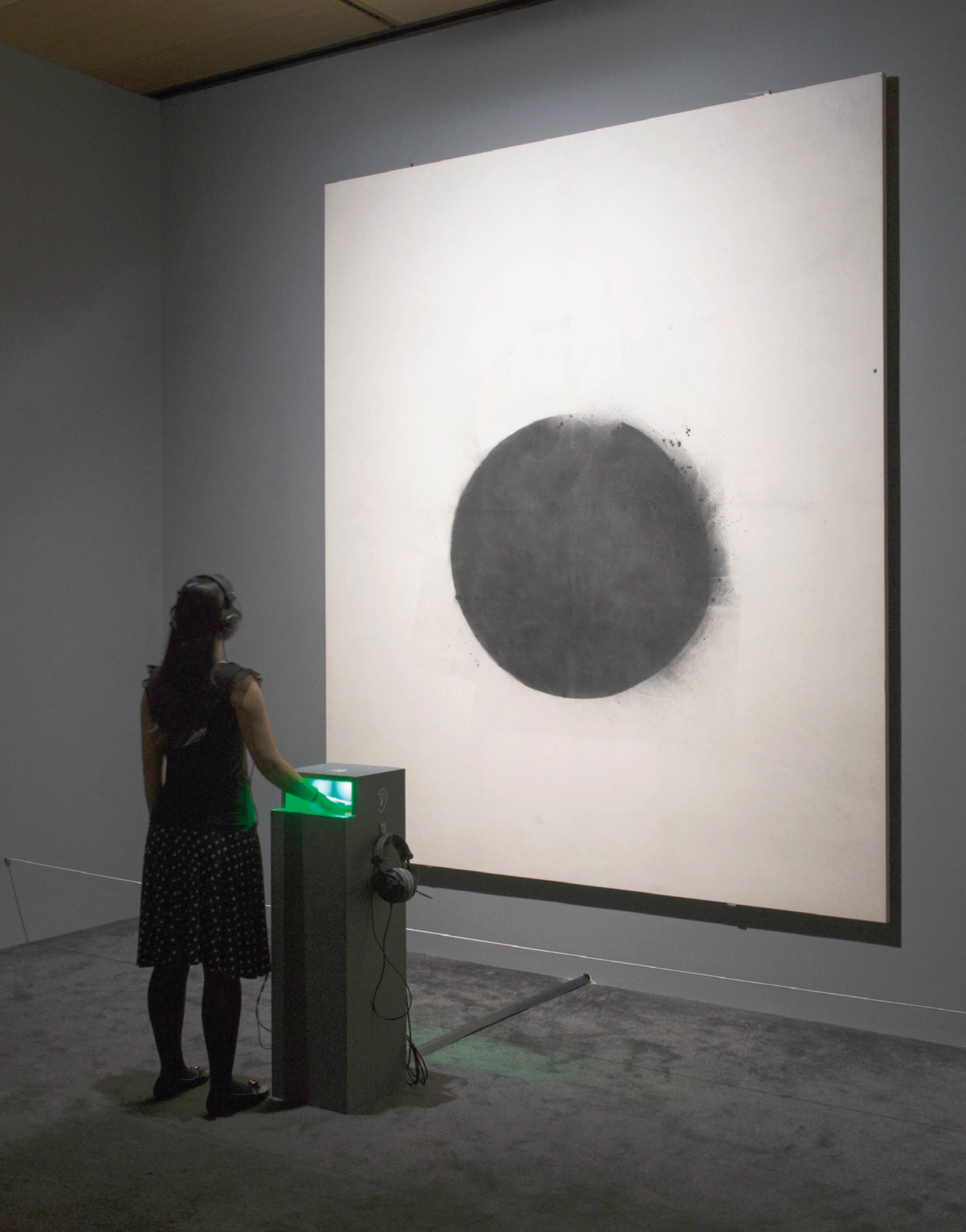
0821-9222 (imprimé)

1923-2551 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Perras, J.-A. & Wicky, É. (2016). L'exposition *Sensorium* à la Tate Britain. La peinture dans tous les sens. *Espace*, (113), 88–91.



L'exposition *Sensorium* à la Tate Britain

La peinture dans tous les sens

Jean-Alexandre Perras et Érika Wicky

SENSORIUM, s. m. le siège du sens commun.

C'est cet endroit ou cette partie où l'on suppose que l'âme sensible réside le plus immédiatement.

On suppose que le siège du sens commun doit être cette partie du cerveau où les nerfs de tous les organes du sentiment viennent aboutir.

Encyclopédie, ou Dictionnaire des Arts, des Sciences et des Métiers, 1765

Le rapport strictement visuel à la peinture s'accompagne généralement d'une normativité du dispositif muséal et de ses usages. C'est le cas, en particulier, de la distance maintenue par rapport à l'œuvre et de la petite chorégraphie effectuée par les spectateurs dans l'espace d'exposition. Ainsi, les modalités de présentation de la peinture limitent considérablement les possibilités de changer le point de vue des spectateurs sur les tableaux.

Or, renouveler le regard porté sur les œuvres est un des défis posés aux institutions qui cherchent parfois à rapprocher les œuvres de leur public et à accroître l'affluence dans les musées en proposant une expérience qui se distingue de celle procurée par les reproductions photographiques de tableaux. Dans cette perspective, de nombreux musées convoquent avec plus ou moins de succès les nouvelles technologies pour médiatiser *in situ* l'expérience esthétique. C'est le cas, par exemple, des tablettes interactives remplaçant les classiques cartels explicatifs, ou d'initiatives telles que celle du Metropolitan Museum de New York qui, par son concours « Get Closer¹ », récompensait les meilleurs détails photographiés par le public. L'utilisation de ces nouvelles technologies vise à prolonger l'expérience muséale et à modifier le regard porté sur les toiles comme si, pour se rapprocher du public, il suffisait de rapprocher le public des œuvres, de situer le commentaire dans le domaine du visuel. C'est de cette manière que les musées des beaux-arts remettent en jeu la bonne distance à adopter vis-à-vis de l'œuvre et les interactions possibles entre celle-ci et les spectateurs. Cependant, le rapprochement physique entre le public et les œuvres finit toujours par se heurter à une limite : la surface du tableau (et avant cela, souvent, le dispositif de sécurité). Se détachant d'une approche strictement visuelle de la peinture, plusieurs expérimentations muséales sollicitent l'odorat, le toucher, l'ouïe, voire le goût pour changer de point de vue sur les tableaux. Le caractère ludique de ces installations visuelles ou multisensorielles est incontestable, mais leur présence accrue pose de façon toujours plus aiguë la question soulevée par la distance : quel savoir sur l'art les musées peuvent-ils dispenser ?

L'exposition *Sensorium*, présentée en 2015 à la Tate Britain (Londres), tentait de manière particulièrement innovante de répondre à cette question par le biais de la synesthésie². Il s'agissait à la fois d'une expérience scientifique, technologique, mais aussi esthétique, et

ce, dans les deux sens du terme, c'est-à-dire une expérience relative à l'art et au beau de même qu'une expérience relevant de la perception sensorielle. Concrètement, cette expérience consistait à isoler quatre visiteurs dans un espace réservé du musée, subdivisé en quatre salles obscures, où étaient, seuls, éclairés autant de tableaux empruntés à la collection. Cette scénographie tendait à faire disparaître l'architecture du musée au profit des tableaux et des dispositifs sensoriels qui les accompagnaient (boîtes illuminées, cubes olfactifs, haut-parleurs, etc.). Autour de chaque œuvre, ces dispositifs permettaient de solliciter au moins deux autres sens en plus de celui de la vue, tandis qu'un bracelet mesurait l'activité électrodermale de chaque spectateur, c'est-à-dire les réactions épidermiques provoquées par l'ensemble de l'expérience esthétique proposée. C'est dans ce sens que cette exposition était également le lieu d'une expérimentation de nouvelles technologies (Ultrahaptic³, International Flavors and Fragrances⁴, le bracelet « E4 » de l'entreprise Empatica⁵), à laquelle le public de la Tate Britain était convié à se prêter.

Loin d'être illustratives, ces stimulations sensorielles soulignaient un aspect visuel, formel ou culturel du tableau. Ainsi, les jeux de perspective mis en œuvre dans *Interior II* (1964) de Richard Hamilton étaient accentués par la diffusion stéréophonique de sons contextuels (talons hauts, voix, etc.) qui, reproduisant l'environnement acoustique de la scène représentée, semblaient y intégrer le spectateur. Disposés sur les cloisons, des diffuseurs de parfums répandaient respectivement des odeurs de *Pledge* (un produit nettoyant pour les meubles), de laque à cheveux des années 60 et de colle forte. Ces parfums évoquaient non seulement l'espace représenté, mais aussi la technique utilisée, celle du collage. La diffusion des odeurs étant circonscrite, ce dispositif incitait le spectateur à se déplacer devant l'œuvre, comme s'il circulait à l'intérieur de la toile.

La mise en scène multisensorielle de l'espace trouvait d'autres modes d'expression dans la présentation de l'œuvre de David Bomberg, *In the Hold* (1913-1914). L'ouïe, le toucher et l'odorat y étaient sollicités pour évoquer ce tableau qui frôle l'abstraction. Dans le registre des aigus, des faisceaux d'ultrasons étaient projetés depuis les angles de la pièce, évoquant la géométrie du tableau, tandis qu'un parfum acide émanait d'une boîte anguleuse que le spectateur devait tenir sous son nez en circulant dans la pièce. Par ailleurs, se rapportant au sujet du tableau, des bruits de cale de bateau se mêlaient à un autre parfum suggérant, quant à lui, des odeurs de tabac et de mazout. Ici encore, les dispositifs sensoriels faisaient allusion à la fois aux aspects figuratifs et formels et de l'œuvre exposée.

Grâce à ces dispositifs, le spectateur ne saurait simplement passer devant le tableau, comme il aurait pu le faire ailleurs dans le musée. Il était encouragé à s'attarder et à circuler devant l'œuvre, non seulement par les mouvements du son, mais aussi par ceux induits par la perception des différentes odeurs. Ce faisant, il adoptait des points de vue d'autant plus variés que sa position dans l'espace d'exposition changeait constamment. Qu'il soit plus ou moins figuratif, l'espace représenté était mis en scène de manière à favoriser l'immersion du spectateur, mais surtout à interroger le rapport à l'espace instauré par les aspects formels du tableau.

La dimension spatiale était encore remise en question, quoique très différemment, avec l'œuvre de John Latham, *Full Stop* (1961). Muni d'écouteurs émettant des sons étouffés, le spectateur plaçait sa main dans une boîte lumineuse où elle était caressée par des ultrasons. Les sensations auditives et tactiles qui lui étaient ainsi procurées évoquaient la texture des contours flous de la forme représentée, ce qui invitait le spectateur à envisager le tableau dans sa dimension haptique et à appréhender sa texture.

Un degré supplémentaire était franchi dans le rapprochement mis en œuvre par ces différentes expériences avec la mise en scène de l'« ingestion » d'un tableau. En effet, devant *Figure in a Landscape* de Francis Bacon (1945), étaient disposés, dans une boîte de bois remplie de ce qui semblait être du gravier, quatre chocolats fourrés d'un mélange rappelant, par sa texture et son goût, la terre brûlée et la limaille de fer, que les spectateurs étaient invités à manger en regardant le tableau et en écoutant une trame sonore qui reproduisait des bruits à consonance industrielle. Tout dans cette expérience amplifiait la dimension militaire et inquiétante du paysage, et soulignait la texture rugueuse de la toile.

Que la nature du rapport entre la stimulation sensorielle et l'œuvre soit de l'ordre de l'immersion, de la métaphorisation ou de l'amplification, l'un des intérêts de ces outils de stimulation sensorielle est de feindre de dépasser l'univocité du dispositif muséal, comme s'il était devenu possible d'entendre, de sentir, de toucher le tableau ou d'y goûter. Cependant, les technologies sensorielles accompagnant les œuvres n'avaient pas pour fonction de les « traduire » directement dans d'autres sens que celui de la vue, mais de les commenter, d'attirer l'attention ou de souligner quelques-uns de leurs aspects formels dans une démarche relevant souvent de la pédagogie ou de l'initiation à l'art du XX^e siècle. Il s'agissait donc, dans chaque cas, de propositions de la part des organisateurs de l'exposition pour stimuler un regard différent sur les œuvres (cet événement non pérenne ne saurait d'ailleurs être transposé directement à d'autres tableaux).

Les éléments du dispositif, ne relevant pas eux-mêmes de la création artistique, différaient d'une installation comme celle présentée au Grand Palais (Paris) dans le cadre de l'exposition Vigée-Lebrun (2015-2016). Soulignant la présence récurrente de roses dans les portraits de la peintre, une installation de la scénographe Sophie Baehrel diffusait une création du parfumeur Francis Kurkdjian⁶ autour de l'odeur de cette fleur. Imaginé à l'occasion de l'exposition, ce parfum faisait référence aux portraits, de sorte que cette intervention, quoiqu'elle valorise la dimension artistique du travail du parfumeur (le parfum était vendu dans la boutique de l'exposition), entretenait avec la peinture un rapport d'illustration, voire de simple clin d'œil plaisant à un élément figuratif et à l'histoire du parfum du XVIII^e siècle.

D'autres tentatives convoquant l'olfaction ont été faites à l'occasion d'expositions historiques, comme *Thé, café et chocolat* (2015), au Musée Cognacq-Jay (Paris), où des colonnes olfactives élaborées par Cinquième Sens⁷ permettaient de sentir l'odeur des matières premières évoquées. Discrètement disposées dans les salles de cet ancien hôtel particulier, ces odeurs complétaient les sources variées (tableaux, gravures, objets d'art décoratif, archives historiques, etc.) présentées dans le cadre de cette belle exposition, mais n'apportaient rien de plus que nos souvenirs de contemporains habitués à consommer de tels produits.

Quelle que soit sa forme, la convocation de l'olfaction (ou d'un autre des sens réputés *bas* : comme le goût et le toucher) interroge les enjeux de la distance, et donc de l'espace, de façon singulière. En effet, si la sonorisation des espaces d'exposition a fait l'objet de nombreuses expériences, l'audition, comme la vue, s'accompagne toujours d'une distance critique qui est rompue lorsqu'il s'agit de faire intervenir d'autres sens. Ces derniers amènent un autre type de connaissance, plus subjective qu'objective, qui dépend davantage de l'expérience individuelle que de la culture partagée. Ils relèvent d'un domaine dépourvu d'un lexique adapté qui permettrait d'en faire des objets de connaissance intellectuelle.

Sensorium se distingue et dépasse les autres installations multisensorielles, en utilisant les sens bas pour suggérer un véritable commentaire sur les œuvres, sans se cantonner dans un rapport vaguement illustratif ou anecdotique (voire lucratif). Située entre figuration et abstraction, la peinture moderne se prête particulièrement bien à des commentaires qui stimulent l'élaboration d'analogies sensorielles portant à la fois sur des éléments d'ordre figuratif, culturel ou formel. Par ailleurs, les bracelets analysant les réactions épidermiques montrent bien que le rapport à l'art prôné par les organisateurs de l'exposition était davantage sensuel qu'intellectuel, et que l'expérience esthétique se situe aussi au niveau physiologique. Les informations recueillies par ces bracelets étaient synthétisées, à

l'issue de l'expérience, sous la forme d'un graphique indiquant quel dispositif a davantage suscité de réactions chez chaque spectateur. Ces résultats individuels leur suggéraient en outre d'aller voir d'autres œuvres de la collection entretenant des liens avec celle ayant suscité le plus de réactions épidermiques. De telles suggestions soulignent le parti pris défendu selon lequel l'expérience esthétique est mesurable physiologiquement. Cela suppose que les spectateurs réagissaient aux œuvres plutôt qu'aux dispositifs sensoriels eux-mêmes, et nie, en quelque sorte, leur fonction de commentaires et l'intérêt particulier qu'ils revêtent au profit de la fiction de leur symbiose avec le tableau auquel ils sont associés.

Situés au plus près du corps des spectateurs, ces bracelets s'inscrivaient dans l'une des dynamiques générales de l'exposition, qui consistait à valoriser les réactions de chaque spectateur dans sa singularité physiologique. Isolés des autres dans l'ambiance feutrée et obscure et par les écouteurs fournis à chaque station, les spectateurs étaient traités comme s'ils ne participaient pas à une communauté culturelle, mais constituaient des individus possédant une sensibilité artistique singulière qu'il faudrait leur révéler. En étant ainsi individualisés, ils étaient aussi dissociés des circonstances de la création des tableaux, ce qui tendait à rompre la distance historique avec les œuvres. Cela souligne une importante faiblesse du dispositif : l'ouverture à d'autres modalités d'appréhension des œuvres fait basculer la réception du culturel vers l'individualité du physiologique, restreignant finalement l'ampleur et la complexité de l'expérience artistique.

En dépit de ces réserves, ce type d'expérience est à encourager, car il permet d'approfondir des questionnements sur notre rapport au monde et à la peinture telle qu'elle est présentée dans l'espace muséal ainsi qu'aux modalités de l'élaboration du savoir spécifique qu'est le savoir sur l'art et son histoire. De telles recherches contribuent à ce que la tâche des musées ne soit pas seulement de faire connaître l'art, mais aussi de remettre en cause la nature de cette connaissance.

1. Les détails de ce concours se trouvent à l'adresse <http://www.metmuseum.org/about-the-museum/now-at-the-met/from-the-director/2011/get-closer-contest>.
2. Voir la description de l'événement : <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-britain/display/ik-prize-2015-tate-sensorium>.
3. Pour une description du fonctionnement de ce dispositif, voir <http://ultrahaptics.com>.
4. L'entreprise se spécialise dans la création d'odeurs et de saveurs : <http://www.iff.com>.
5. Voir le site Web de l'entreprise, <https://www.empatica.com>.
6. Le parfumeur n'en est pas à sa première installation olfactive : <http://mfk.4lunesdigitales.com/installations-olfactives.html>.
7. Voir le site de l'entreprise : <http://www.cinquiemesens.com>.

Jean-Alexandre Perras est chercheur postdoctoral de la British Academy au Jesus College de l'Université d'Oxford. Ses travaux portent sur les représentations et les pratiques de la sociabilité sous l'ancien régime, et sur la culture olfactive des XVIII^e et XIX^e siècles. Il vient de publier *L'Exception exemplaire : inventions et usages du génie (XVI^e-XVIII^e siècle)* aux éditions Classiques Garnier.

Docteure en histoire de l'art (Université de Montréal), **Érika Wicky** est actuellement chargée de recherches (FNRS/Université de Liège) en Belgique. Elle consacre ses recherches aux écrits du XIX^e siècle sur l'art et la photographie, et s'intéresse tout particulièrement à l'histoire de la culture olfactive. Elle est l'auteure des *Paradoxes du détail : voir, savoir, représenter à l'ère de la photographie* (Presses universitaires de Rennes, 2015).