

**Christine Bernier**  
*Université de Montréal*

## L'art contemporain, Internet et le musée

### *Notes sur l'institution muséale et son pouvoir d'assimilation de la critique*

La question de la censure en contexte muséal n'est certes pas nouvelle mais, pour les musées qui sont ponctuellement soumis aux pressions des débats publics, l'augmentation de la vitesse communicationnelle qu'Internet procure à toutes les voix qui s'impliquent dans une controverse peut entraîner une modification des moyens utilisés par l'institution pour parer à la critique. Il s'agira donc d'examiner, à la lumière de quelques événements médiatiques récents, comment les musées arrivent à gérer les controverses provoquées par la censure d'œuvres contemporaines. Une de ces tactiques de gestion, redoutablement efficace, serait l'importance accordée par les grands musées, et de manière accrue, aux nouveaux modes de communication, en particulier les réseaux sociaux numériques et les technologies de *Google*.

Les musées, parfois malgré eux, ont fait les manchettes dans l'actualité du début de l'année 2011, notamment avec la diffusion du Rapport du comité-conseil de la *Smithsonian Institution*, le 31 janvier, et le lancement du

*Google Art Project*, le 1<sup>er</sup> février. La mise en relation de ces deux événements permettra de dégager quelques enjeux et défis communicationnels des musées, principalement en relation avec l'art contemporain.

Plusieurs cas de censure, en art contemporain, sont instantanément médiatisés et ils exigent une réaction très rapide de la part des instances de direction d'un musée. Ils méritent notre attention parce que leur examen permet l'analyse, dans un délai relativement court, de la rapidité d'action de l'institution muséale face à la controverse. Pour l'étude de cette question, les musées des États-Unis constituent un terrain d'investigation privilégié: les puissants lobbys d'une droite puritaine exercent constamment des pressions sur les musées dès la présentation d'expositions dont le thème soulève des questions de citoyenneté « délicates » (*sensitive*, pour reprendre le terme états-unien): la religion, le sexe et l'orientation sexuelle, les changements climatiques, la race et les problèmes géopolitiques, etc. La combinaison sexe-religion, traitée dans une œuvre, pos-

sède le plus fort coefficient de matière à scandale et donc de risque de censure.

### **Le rapport de la *Smithsonian* et la circulation des questions éthiques dans les réseaux sociaux : gérer la censure selon un débit à haute vitesse**

La *National Portrait Gallery*, un des musées appartenant à la prestigieuse *Smithsonian Institution*, présente l'exposition *Hide/Seek. Difference and Desire in American Portraiture*, qui porte sur la question de la différence sexuelle dans l'art du portrait aux États-Unis<sup>1</sup>. Les pressions exercées par des politiciens conservateurs et des groupes religieux ont amené la direction du musée à retirer de l'exposition une œuvre de l'artiste David Wojnarowicz : la vidéo de quatre minutes, réalisée par l'artiste gay décédé du Sida, fut jugée blasphématoire parce qu'une courte séquence montre des fourmis sur un crucifix. Le musée a émis, le 6 janvier, un communiqué expliquant la décision du secrétaire du conseil d'administration de la *Smithsonian* : l'œuvre avait été retirée parce qu'elle attirait trop l'attention du public et qu'elle nuisait, de ce fait, à une appréciation globale de l'exposition<sup>2</sup>. Cherchant à rallier tous les points de vue, le musée a présenté sa position d'institution sensible aux réactions de ceux qui considéraient l'œuvre comme « anti-chrétienne », tout en affirmant la valeur esthétique et scientifique de l'exposition. Dès le lendemain, le musée diffusait sur son site un deuxième communiqué, sous la forme de « questions-réponses », réitérant les principes qui avaient présidé à la décision. Moins d'un mois plus tard, les membres du conseil d'administration de la *Smithsonian* se réunissaient pour affirmer leur appui au secrétaire Gerald Wayne Clough et à sa décision

de censure, tandis que des groupes de protestataires se rassemblaient devant le musée pour réclamer la démission de Clough.

Cependant, cette réunion du conseil d'administration était aussi l'occasion de la diffusion du rapport qu'il avait demandé à son comité-conseil, un comité *ad hoc* formé pour l'éclairer au sujet de risques futurs de controverses similaires, d'autant plus nécessaires que le secrétaire avait lui-même déclaré avoir agi peut-être un peu trop rapidement. Le rapport stipule que :

La *Smithsonian* devrait assumer le fait que d'autres controverses surgiront et qu'elles auront le potentiel d'être amplifiées et accélérées par les nouveaux moyens de communication comme les réseaux sociaux, Internet et les cycles de 24 heures de diffusion des nouvelles et qu'elle doit, conséquemment, planifier un processus permettant d'anticiper, de préparer et de gérer les réactions de toutes les parties prenantes<sup>3</sup>.

### **L'œil du spectateur revu par Google : gérer financièrement et idéologiquement à l'aide du regard « pur » de la haute définition**

Mais le musée américain, s'il tire plus vite que son ombre, pourra aussi, éventuellement, tirer profit des leçons que prodigue une institution britannique. La *Tate Britain*, en effet, arrive à dissiper habilement les résidus de l'aura sulfureuse d'un artiste, en utilisant une technologie produite par les États-Unis. La manœuvre est d'autant plus ironique que cette aura « malvenue » avait été créée précédemment par un acte de censure posé, encore une fois, par certaines autorités politiques américaines de droite et par des lobbyistes religieux.

Christine Bernier

Présentons d'abord le contexte technologique et événementiel. Les internautes ont désormais la possibilité, depuis le 1<sup>er</sup> février 2011, de s'offrir une visite virtuelle de dix-sept grands musées du monde, en naviguant dans le *Google Art Project*. Avec la collaboration des musées, le géant américain des moteurs de recherche a produit plus de mille reproductions de très haute résolution d'œuvres de collections muséales et a utilisé la technologie *Street View* à 360 degrés pour simuler le déplacement du visiteur dans les salles d'exposition. Cette collaboration, qui se présente comme une joyeuse manifestation des accomplissements grandioses des nouvelles technologies et des institutions muséales, soulève un grand nombre de problèmes qui pourront être examinés ailleurs, car s'agit, ici, de s'attarder uniquement au cas de la *Tate Britain*. Dans le *Google Art Project*, chacun des dix-sept musées possède, sa page d'accueil pour laquelle il a choisi une « œuvre-vedette » et celle de la *Tate Britain*, intitulée *No Woman, No Cry*, est un imposant tableau de l'artiste britannique Chris Ofili<sup>4</sup>.

Le contexte esthétique et muséologique, par contre, est fondé sur une histoire moins festive que l'inauguration de l'*Art Project*. Figure médiatique du monde l'art, Ofili a été récipiendaire du prestigieux *Turner Prize* et représentant de la Grande-Bretagne lors de la non moins prestigieuse Biennale de Venise. Comme certains s'en souviendront, il a aussi créé, en 1996, l'œuvre *The Holy Virgin Mary*, qui fit scandale aux États-Unis. L'œuvre controversée a initialement été présentée à Londres, en 1997, dans la maintenant célèbre exposition de Charles Saatchi, intitulée *Sensation*. La tournée de l'exposition prévoyait des présentations à Berlin, à New York et à Canberra. Lors de la présentation au *Brooklyn Museum*, les protestations au sujet de l'œuvre d'Ofili ont déclenché une controverse, cautionnée par le maire de New York qui a qualifié de « malade » et de « dégoûtante » l'œuvre de l'artiste, pour tenter ensuite de s'en prendre au *Brooklyn Museum*. L'institution muséale a pu obtenir gain de cause auprès de la cour fédérale, après que fut considérée comme illégale

toute tentative d'infliger une quelconque forme de vengeance au musée new-yorkais, incluant les menaces d'arrêt de financement. Néanmoins, la réaction à la censure n'a pas été totalement gagnante : à la suite de la controverse autour de *Sensation* à New York, la *National Gallery of Australia* a annulé sa programmation de l'exposition.

Dix ans plus tard, en 2010, la *Tate Britain* organise une importante rétrospective du travail de l'artiste. Entre-temps, *The Holy Virgin Mary*, l'œuvre par laquelle était arrivé le scandale, avait été acquise par un collectionneur privé, résidant en Tasmanie, qui consentira au prêt de son œuvre pour la rétrospective. La *Tate*, de fait, consacre et re-consacre tout l'œuvre de Chris Ofili, ce que démontre bien son positionnement dans la sphère des médias de l'information.

Mais, de manière plus subtile, la *Tate Britain* institue la consécration de l'œuvre de Chris Ofili en opérant selon un principe spécifiquement muséal, contestable, mais tout à fait défendable : le « bien voir ». En effet, tel qu'évoqué plus haut dans ce texte, l'œuvre-vedette choisie par la *Tate Britain* pour sa page d'accueil est le tableau *No Woman, No Cry* d'Ofili. L'œuvre, spontanément imposée à l'internaute, est évidemment perçue comme un chef-d'œuvre de la collection du musée qui l'a sélectionnée à ce titre en considérant toutes les valeurs qui s'y rattachent : chaque musée doit afficher le joyau de sa collection sur sa page Web, cela s'entend aussi bien du point de vue des muséologues que de celui du public.

### **Le « mieux voir » muséal et ses enjeux : l'apport des nouvelles technologies de l'information et de la communication**

Sélectionnée comme « première » œuvre du musée, oriflamme scrutée par la médiation d'une technologie

hyper sophistiquée qui rend jusqu'au moindre détail la facture du tableau (assez impressionnante, il faut le dire), le *No Woman, No Cry* d'Ofili accède ainsi au statut de chef-d'œuvre. La valeur esthétique de l'objet, ici, n'est pas en cause; il s'agit plutôt d'examiner cette fonction du « bien voir » qui incombe aux musées, fonction que plusieurs théoriciens et historiens de l'art dénoncent comme une entrave à l'analyse de la portée idéologique des expositions, tandis que d'autres la revalorisent en tant que nécessité.

Cette question, qui est au cœur de plusieurs études critiques du musée d'art, a suscité un débat très intéressant au début des années 1990. Dans un texte fort bien traduit en français<sup>5</sup>, Svetlana Alpers (1993) considère que le musée remplit sa mission éducative en rendant facilement accessible à la vision du spectateur tout objet jugé digne d'intérêt. Elle y critique vivement l'approche de l'histoire sociale de l'art anglo-saxonne qui examine le musée à partir de la dimension « invisible » de ses expositions (le discours idéologique), en affirmant qu'il faut, au contraire, accorder plus de place au visible dans notre étude du musée: autrement, on acceptera le fait de ne pas bien voir les objets et on tolérera les accrochages ratés, sous prétexte que c'est l'invisible qui nous préoccupe. Ce texte s'inscrit dans un débat théorique précis: Alpers a critiqué le Musée d'Orsay, où elle considérait qu'on y voyait mal, exprimant du coup son désaccord avec Linda Nochlin qui « a défendu Orsay en disant que l'histoire sociale de l'art ne concerne pas ce qui est visible, mais ce qui est invisible » (Alpers, 1993, p. 29). Peu après, Carol Duncan, une historienne de l'art travaillant selon le modèle anthropologique, s'implique dans le débat en rejetant catégoriquement l'approche de Svetlana Alpers et en affirmant que l'isolement de l'objet participerait d'un rituel culturel et non d'une simple condition pratique favorisant un « bien voir » de l'objet, pur et détaché de toute manœuvre idéologique (Duncan, 1995). En effet, selon Alpers, l'objet aurait eu des significations rituelles dans son environnement initial et il pourrait maintenant être examiné par-delà son

contexte d'origine, grâce à ce « bien voir » muséal. Duncan riposte: « Bien sûr, dans l'énoncé d'Alpers, seul le site d'origine a une signification rituelle. De mon point de vue, ce regard attentif qu'elle décrit appartient à un champ rituel autre » (Duncan, 1995, p. 19, trad. libre). On comprendra qu'il s'agit de celui du musée...

Si nous réactualisons ce débat en l'appliquant à l'œuvre *No Woman, No Cry* d'Ofili et à sa page Web, nous obtenons une analyse pertinente qui montre comment le « bien voir » se transforme en « mieux voir ». Selon Duncan, le désir d'une rencontre toujours plus intime avec l'objet a progressivement rendu les musées plus intimes, augmenté sur le mur l'espace entre les œuvres, rapproché les œuvres du niveau de l'œil et créé un éclairage individuel pour chaque œuvre; plus on renforce ce dispositif, plus l'espace muséal est sacralisé. Pour notre cas d'étude, nous obtenons ceci: le musée virtuel se visite dans un contexte évidemment plus intime que le musée public, tandis que la page web isole et rapproche l'œuvre encore plus radicalement que le grand mur blanc; la sacralisation est donc accrue. Et, pour ce qui est de l'éclairage, nous sommes passés du projecteur de la salle à la surface pixellisée de laquelle émane directement la lumière. Pour reprendre une distinction chère à Louis Marin, c'est un passage de la *lux* au *lumen*, du profane au sacré, dans le sens latin des termes (Marin, 1993; Bann, 1995). Ce type de comparaison devient efficace, toutefois, si nous respectons les limites sémantiques de l'exploration: la sacralisation ne correspond pas exactement à la consécration.

Concernant cette position théorique qui dénonce la disposition des objets hors de leur contexte d'origine pour leur donner une valeur esthétique, il faut noter que l'histoire des musées a déjà montré comment, pendant le XIX<sup>e</sup> siècle, une culture muséale internationale est restée ancrée dans l'idée que la première responsabilité d'un musée d'art est d'éclairer et d'améliorer ses visiteurs sur les plans moral, social et politique, et comment, au

xx<sup>e</sup> siècle, la théorie rivale, celle du musée esthétique, a fini par l'emporter. Aux États-Unis, ce nouvel idéal du musée esthétique fut défendu avec force, notamment par les protecteurs du *Boston Museum of Fine Arts*:

Les œuvres d'art, dès lors qu'elles sont dans un musée, n'existent que dans un seul but: être regardées en tant qu'objets de beauté. La première obligation d'un musée est de présenter les objets en tant que tels seulement, comme objets de contemplation esthétique (Duncan, 1995, p. 15, trad. libre de l'énoncé de Benjamin Ives Gilman, un bienfaiteur du musée).

Mais le débat n'est pas nouveau: dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, des observateurs ont été préoccupés par le fait que l'ambiance des musées puisse modifier la signification de ses objets, en les retirant de leur contexte d'origine, en occultant leur usage précédent et en les redéfinissant comme œuvres d'art. Au début de la deuxième moitié du xx<sup>e</sup> siècle, l'idéalisme et les intentions académiques qui ont fondé les musées disparaissent presque complètement:

Un des problèmes récurrents des musées vient du fait que les objets peuvent être, et doivent être, séparés de leur contexte original et utilisés ainsi que redistribués dans un contexte de signification différent (Saumarez Smith, 1989, p. 9, trad. libre).

Cet idéal esthétique, qui fait du musée le lieu du regard en suspension (Déotte, 1994), exige cette inévitable «recontextualisation» de l'objet.

L'on pourra évidemment se demander en quoi le musée aurait tort de retirer l'objet de son contexte d'origine lorsqu'il s'agit d'art contemporain, puisque l'institution muséale est souvent le lieu d'origine déclaré pour plusieurs pratiques artistiques actuelles. Mais par «lieu d'origine», il faut aussi entendre l'espace social et politique, celui-là même, on en conviendra, où s'exerce la censure. De plus, la «décontextualisation» provoquée par le musée virtuel est beaucoup plus radicale que celle du musée «réel» et, pra-

tiquée conjointement avec la technologie du *Street View* de *Google*, elle nous amène à voir l'œuvre d'une manière particulière: la réponse aux besoins du regard est instantanée, avant même que naisse le désir de scruter les détails. Il y a là une nouvelle transformation dont l'importance n'est pas négligeable. Car s'il n'y a pas de problème, en soi, à penser que la fonction éducative du musée s'exerce lorsqu'il nous permet de bien voir, il faut reconnaître que les musées d'art contemporain nous avaient progressivement habitués à assimiler l'idée que le «bien voir» soit souvent contrarié par plusieurs pratiques artistiques actuelles (comme l'installation): elles montrent tout en cachant, de sorte que le détail qui nous attire aussitôt se dérobe. Cette tactique artistique n'est certes pas nouvelle et les exemples abondent dans l'histoire de la peinture (Arasse, 1992). Mais Daniel Arasse, justement, insiste sur l'idée que la découverte d'un détail, dans le tableau, procure une grande satisfaction parce que le regardeur «scrute patiemment» la surface de l'œuvre, avant d'obtenir sa «récompense». Et même lorsqu'Arasse évoque la valeur du «détail photographique» cher au célèbre historien de l'art Sir Kenneth Clark, il fait référence à une expérience de «surprises inattendues», qui n'a rien à voir avec celle des apparitions *high-tech* instantanées et programmées du *Google Art Project*.

L'étude des récentes avancées dans les nouvelles technologies de l'information et de la communication permet donc de jeter un éclairage nouveau sur certaines stratégies du musée, notamment en ce qui concerne sa rhétorique discursive à propos de l'idée de chef-d'œuvre. Ainsi, les pratiques expositionnelles muséales plus traditionnelles, dans cette quête du «mieux voir», se retrouvent aujourd'hui surpassées par la technologie du musée virtuel, où la suspension du regard est projetée dans l'imédiateté de la vision. Et, ainsi, la *Tate Britain* a su transformer le travail d'Ofili, hyper médiatisé à cause d'une controverse, en cet œuvre hyper muséifié, pour créer un *objet absolu* du regard esthétique.

NOTES

1. L'exposition est présentée du 30 octobre 2010 au 13 février 2011.
2. communiqué en ligne sur <<http://newsdesk.si.edu/releases/smithsonian-stands-firmly-behind-hideseek-exhibition>>, consulté le 07/02/2011.
3. Traduction libre du communiqué, en ligne sur <<http://newsdesk.si.edu/releases/report-regents-advisory-panel-january-31-2011>>, consulté le 07/02/2011.
4. En ligne sur <<http://www.googleartproject.com>>, consulté le 07/02/2011.
5. Il s'agit d'un texte publié précédemment en anglais: «The Museum as a Way of Seeing» in KARP, I. et Lavine, S. D. (dir.), *Exhibiting Cultures. The Poetics and Politics of Museum Display*, Washington et Londres, Smithsonian Institution Press, 1991, p. 25-32.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ALPERS, S., «Le musée: une manière de regarder», *Cahiers du Musée national d'Art moderne*, n° 43, 1993, p. 25-33.

ARASSE, D., *Le Détail. Pour une histoire rapprochée de la peinture*, Paris, Flammarion, 1992.

BANN, S., «The Cabinet of Curiosity as a Model of Visual Display. A Note on the Genealogy of the Contemporary Art Museum» in BERNIER, C. (dir.), *Définitions de la culture visuelle. Revoir la New Art History*, Montréal, Musée d'art contemporain de Montréal, 1995, p. 61-70.

DÉOTTE, J.-L., *Oubliez! Les ruines, l'Europe, le musée*, Paris, L'Harmattan, 1994.

DUNCAN, C., *Civilizing Rituals. Inside Public Art Museums*, New York, Londres, Routledge, 1995.

MARIN, L., *Des pouvoirs de l'image. Gloses*, Paris, Seuil, 1993.

SAUMAREZ SMITH, C., «Museums, Artefacts and Meanings» in VERGO, P. (dir.), *The New Museology*, Londres, Reaktion Books, 1989, p. 6-21.

***The museum as a protagonist in contemporary art***

*In our time of proliferating artistic creation, but also of accelerating change and an all-pervading consumer culture, museums are trawling through the vast, sprawling breaker's yard of post-modernism to select the material or immaterial items they consider significant enough to be preserved for future generations as reflections of the culture of our time. We argue that in the field of contemporary art, museums have an essential role that adds an aura of the sublime to works of art. The essential question then becomes epistemological. Over and above the impassioned debates between those for and those against what is officially labelled as contemporary art, two essential questions remain: what are the processes through which the museum as an institution constructs aesthetic truth, and what are the processes whereby artists attain the sacrament of a museum exhibition?*

**Keywords:** museums, contemporary art, epistemology of contemporary art.

**Christine BERNIER, L'art contemporain, Internet et le musée**

Cet article explore l'utilisation que font certains musées des avancées technologiques et communicationnelles les plus actuelles. En prenant appui sur des théories et des exemples tirés principalement du contexte nord-américain, il s'agit d'examiner la présentation d'une œuvre d'art contemporain, *No Woman, No Cry*, de Chris Ofili, sélectionnée par la *Tate Britain* dans le *Google Art Project*. L'étude de ce cas récent montre comment l'institution muséale reconduit, sur le Web, les principes de pratiques qu'elle applique, depuis longtemps, dans les salles d'exposition et dans les messages adressés au public.

**Mots-clés:** musées, *Google Art Project*, *Tate Britain*, Chris Ofili, muséographie.

***Contemporary art, the Internet and museums***

*This article explores the use made in certain museums of the very latest advances in communication and technology. Drawing on primarily North-American theories and examples, we examine the presentation of a particular work of contemporary art, Chris Ofili's *No Woman, No Cry*, selected by *Tate Britain* from the *Google Art Project*. Our study of this recent case shows how museums apply the same principles of practice on the web as those they have applied for years in their exhibitions and their messages to the public.*

**Keywords:** museums, *Google Art Project*, *Tate Britain*, *Chris Ofili*, museography.