

# Un paradigme pour une esthétique des ambiances : l'art de la scénographie

Gernot Böhme

► **To cite this version:**

Gernot Böhme. Un paradigme pour une esthétique des ambiances : l'art de la scénographie. 1st International Congress on Ambiances, Grenoble 2008, Sep 2008, Grenoble, France. pp.221-228. halshs-00836200

**HAL Id: halshs-00836200**

**<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00836200>**

Submitted on 20 Jun 2013

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## Conférence 3

### Un paradigme pour une esthétique des ambiances : l'art de la scénographie

*Gernot Böhme*

#### *Créer des ambiances ?<sup>1</sup>*

NOTRE THÈME GÉNÉRAL, «Créer des ambiances», a un aspect provocateur. Il peut donner l'impression d'une certaine ambiguïté, allant même jusqu'au paradoxe. «Créer», cela n'a-t-il pas à voir avec quelque chose de tangible? Avec un monde de dispositifs et d'équipements? Mais «atmosphère», n'est-ce pas quelque chose d'aérien, d'indéfini qui est simplement là et qui nous imprègne? Comment est-on censé créer une ambiance? Eh bien! Il n'y a en fait qu'un domaine où cela existe depuis longtemps: c'est l'art de la scénographie. Nous avons là un paradigme qui non seulement nous encourage dans notre propos mais, en outre, qui apporte une réalité objective à cette idée de créer une ambiance.

#### *Ambiance: un phénomène à la fois familier et pourtant extrêmement vague*

Le terme d'«atmosphère» a son origine dans le champ de la météorologie et caractérise l'enveloppe terrestre de l'air qui véhicule le temps qu'il fait. Ce n'est que depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle qu'il est utilisé métaphoriquement. *C'est dans l'air* dit-on, pour donner à

---

1. Voir la note 1 de la page 11.

### Conférence 3

l'espace une touche émotionnelle. Aujourd'hui, cette expression est couramment utilisée dans toutes les langues européennes; elle n'a plus de tonalité artificielle et n'est plus guère considérée comme une métaphore. On parle de l'ambiance d'une conversation, d'un paysage, d'une maison, de l'atmosphère d'un festival, d'une soirée, d'une saison. La manière dont nous faisons référence à des atmosphères en ces occasions comporte beaucoup de variétés, même dans le discours quotidien. Une atmosphère sera dite tendue, légère, grave, oppressante ou exaltante, froide ou chaleureuse. Nous parlons aussi de l'atmosphère de la petite bourgeoisie, de l'ambiance des années 1920, d'une atmosphère de misère. Pour mettre un peu d'ordre dans ces exemples, les atmosphères peuvent être distinguées en «ambiances», phénomènes de synesthésie–suggestions provoquant des émotions–, en atmosphères de communication ou de convention sociale. Ce qui compte en parlant d'atmosphère, c'est de se référer à son «caractère». Avec ce terme de «caractère», nous rapprochons notre compréhension des atmosphères de celle touchant à la physiognomonie et du théâtre. Le caractère d'une atmosphère, c'est la manière dont elle affecte notre sentiment en tant que sujets impliqués. Une atmosphère solennelle a tendance à me rendre grave, une ambiance froide à me faire frissonner.

L'emploi savant du terme d'«atmosphère» est relativement récent. Il a commencé dans le domaine de la psychiatrie, en particulier dans le livre d'Hubert Tellenbach *Geschmack und Atmosphäre*<sup>2</sup>. Ici, l'atmosphère se situe à la frontière de l'olfactif, comme par exemple le climat du chez-soi ou l'odeur du nid, c'est-à-dire la sphère du familier incorporée dans le sensible. Depuis lors, les atmosphères ont fait l'objet d'investigations détaillées grâce à la phénoménologie. Désormais, ce qui concerne les ambiances a son rôle à jouer dans l'aménagement intérieur, les plans d'urbanisme, la publicité et tous les domaines relevant de la scénographie, tels que les fonds sonores radiophoniques, les films et la télévision. En général on peut considérer l'étude des atmosphères chaque fois qu'il s'agit d'une scénographie, là où le décor est pris en compte—ce qui, aujourd'hui, revient à dire partout.

Or, la manière concrète d'analyser et de travailler les ambiances est extrêmement surprenante puisque le phénomène d'ambiance est en soi quelque chose d'extrêmement flou, indéterminé, intangible. La raison en est d'abord que les atmosphères sont un tout. Les ambiances imprègnent tout, elles teintent l'ensemble du monde ou d'un paysage. Le discours est analytique et doit se limiter à des particularités. De plus, les ambiances sont en quelque sorte la qualité esthétique d'une scène ou d'un paysage le «quelque chose de plus» dont Adorno parle dans un style qui tient un peu de l'oracle lorsqu'il fait la différence entre une œuvre d'art et une «simple exécution»; il s'agit là de «l'ouvert» qui, depuis Heidegger, donne accès à l'espace dans lequel une chose apparaît. Vues de cette manière, les ambiances ont un aspect irrationnel, au sens littéral du terme: quelque chose d'inexprimable. Au bout du compte, les ambiances sont entièrement subjectives: pour exprimer ce qu'elles sont ou, mieux, définir leur caractère, on doit se livrer à elles, on doit les vivre en fonction de notre émotion personnelle. Si elles ne sont pas ressenties, elles ne sont rien.

---

2. TELLENBACH, Hubert, *Geschmack und Atmosphäre*, Salzburg, 1968.

## *Un paradigme pour une esthétique des ambiances*

Et pourtant le sujet les vit en tant que quelque chose en dehors mais qui peut nous imprégner, vers lequel nous sommes attirés, qui prend possession de nous comme un pouvoir étranger. Alors, les atmosphères ne seraient-elles pas objectives après tout? À vrai dire, les atmosphères sont un phénomène typiquement médiateur, intermédiaire entre le sujet et l'objet. Comme telles, cela rend intangible et signifie, au moins dans la sphère culturelle européenne, qu'elles n'ont aucun statut ontologique sûr. C'est pour cela même qu'il est gratifiant de les aborder en double approche: du côté des sujets et du côté des objets, du côté de l'esthétique de la réception et du côté de l'esthétique de la production.

### *Esthétique de la réception et production esthétique*

La théorie des ambiances en tant que phénomènes a son origine dans l'esthétique de la réception. Les ambiances sont appréhendées comme un pouvoir qui affecte le sujet; elles ont tendance à introduire chez le sujet un état d'humeur caractéristique. Elles nous envahissent d'on ne sait où, d'une manière nébuleuse qu'on aurait pu appeler au XVIII<sup>e</sup> siècle *un je ne sais quoi*. Elles sont vécues comme quelque chose de lumineux et donc d'irrationnel.

L'approche est différente s'il s'agit de la production esthétique qui permet d'accéder à cette entité «intangible». C'est l'art de la scénographie qui débarrasse les ambiances de ce parfum d'irrationnel. Il s'agit ici de «créer» des ambiances. Toute cette entreprise n'aurait pas de sens si les ambiances étaient purement subjectives. Le metteur en scène doit adapter les ambiances à une large audience, laquelle est alors en mesure de faire l'expérience de l'atmosphère créée sur le plateau selon, globalement, la même modalité. C'est, après tout, l'objectif de la scénographie de fournir à l'action le fonds atmosphérique, pour mettre en résonance les spectateurs avec la performance théâtrale et les acteurs avec leur performance. L'art de la scénographie démontre ainsi sous l'angle de la pratique que les ambiances ont une certaine objectivité. Que signifie cela?

Les ambiances, évidemment, ne sont pas des choses. Elles n'existent pas comme des entités qui demeurent identiques avec le temps; néanmoins, même après une interruption temporelle, elles peuvent être reconnues comme les mêmes à travers leur caractère. De plus, bien qu'elles soient toujours perçues en tant qu'expérience subjective—comme une saveur, une odeur, par exemple pour revenir à Tellenbach—, il est possible d'en discuter entre sujets. Nous pouvons échanger entre nous à propos de l'atmosphère d'une pièce. Cela prouve que nous pouvons partager une intersubjectivité qui ne repose pas sur un objet identique. Nous avons pris l'habitude, à travers ce mode de réflexion scientifique prédominant, d'assumer que l'intersubjectivité est basée sur l'objectivité, que détecter et déterminer la présence de quelque chose est indépendant de la perception subjective et peut être déléguée à un dispositif. À l'encontre de cela, la quasi-objectivité des ambiances est démontrée par le fait que nous pouvons communiquer à leur propos. Bien sûr, il y a des conditions préalables à cette communication: c'est l'homogénéité d'une audience prête à expérimenter une scénographie approximativement de la même manière, c'est-à-dire une certaine qualité de perception due à une socialisation culturelle.

### Conférence 3

Néanmoins, indépendamment du caractère des ambiances lié à la culture, leur quasi-objectivité est maintenue. C'est ainsi que les ambiances peuvent être perçues comme surprenantes et parfois en contraste avec nos propres humeurs. Par exemple, si étant d'humeur joyeuse je pénètre dans une communauté en deuil, cette ambiance peut amener mon humeur au bord des larmes. Sur ce point aussi la scénographie est une preuve pratique.

#### *Phantastikè technè*

Tout de même, pouvons-nous réellement fabriquer des ambiances? Ce terme de « fabriquer » suggère le maniement d'équipements matériels, son et lumière. Mais l'ambiance en soi n'est pas une chose: elle est plutôt un entre-deux, un intermédiaire entre les choses et leur perception par les sujets. Créer une ambiance revient donc à installer les conditions de son apparition. Celles-ci nous les appellerons des « générateurs ».

Le vrai caractère d'une création, qui ne consiste pas réellement à produire une chose mais à rendre possible l'apparition d'un phénomène en installant les conditions propices, peut être clarifié si l'on se reporte à la théorie de Platon sur la *mimesis*<sup>3</sup>.

Dans le dialogue du *Sophiste*, Platon distingue deux types de processus pour démasquer l'art trompeur des Sophistes<sup>4</sup>. Il distingue deux types de techniques: *eikastikè technè* et *phantastikè technè*. C'est cette dernière qui nous concerne. Dans *eikastikè technè* la *mimesis* est la stricte imitation d'un modèle. *Phantastikè technè*, au contraire, s'autorise à dévier du modèle. Ce processus prend en compte le point de vue de l'observateur et le reproduit de telle façon que l'observateur le perçoive comme « juste ». Platon se réfère à la pratique des sculpteurs et architectes de son époque. Ainsi, la tête d'une très haute statue avait des proportions plus grandes de manière à ne pas paraître trop petite aux yeux de l'observateur, ou encore les bords horizontaux d'un temple étaient légèrement incurvés vers le haut, de manière à ne pas avoir l'air de pendre<sup>5</sup>. Cet art du *phantastikè* n'est peut-être pas tout à fait ce que nous entendons par l'art de créer des ambiances mais il en contient déjà un élément décisif dans le fait que l'artiste ne cherche pas réellement la production d'un objet ou d'une œuvre d'art, mais cherche à imaginer ce que l'observateur captera à travers cet objet. D'où l'appellation de *phantastikè technè*. Elle relie la faculté de représentation du sujet à l'imagination, ou *imaginatio*. Nous rapprochons notre objectif de la *skènographia* développée par les Grecs dès le IV<sup>e</sup> siècle avant J.C. Dans sa *Poétique*<sup>6</sup>, Aristote attribue cet art à Sophocle, l'auteur dramatique. Les philologues classiques croyaient que la *skènographia* impliquait déjà la peinture en perspective, une invention fréquemment attribuée à la Renaissance<sup>7</sup>. Ils prétendaient

---

3. Cf. mon ouvrage: *Platons theoretische Philosophie*, Stuttgart, 2000, Darmstadt, 2004, chapitre III.2, « Theorie des Bildes ».

4. PLATON, *Sophiste*, 235e3-236c7.

5. LAMB, Carl, CURTIUS, Ludwig, *Die Tempel von Paestum*, Leipzig, 1944, p. 17.

6. ARISTOTE, *Poétique*, 1449a18.

## *Un paradigme pour une esthétique des ambiances*

que la géométrie des proportions, en particulier le théorème de l'interception lumineuse développée dans *Les éléments* d'Euclide, était dérivé de la *skênographia*. Car, pour créer une impression de profondeur par la peinture, il faut prévoir un raccourci en perspective des objets représentés (bâtiments, arbres, gens). Ainsi, pour la scénographie il s'agit d'une forme artistique explicitement adressée, dans son activité concrète, à l'intention des représentations imaginaires des sujets, c'est-à-dire du public. Il ne s'agit pas de façonner des objets mais de créer des phénomènes. La manipulation des objets sert seulement à créer les conditions d'émergence de ces phénomènes. Mais cela ne s'accomplit pas sans la contribution active du sujet, le spectateur. Il est intéressant de noter que c'est précisément ce qu'Umberto Eco<sup>8</sup> revendique pour toute représentation en peinture: elle ne copie pas l'objet, affirme-t-il, mais ne fait que créer les conditions de perception pour que l'idée de l'objet apparaisse à l'observateur de l'image. Cette affirmation est peut-être exagérée mais cela est vrai pour la peinture impressionniste: celle-ci ne cherche pas à copier un objet ou un paysage mais plutôt à éveiller une impression particulière à partager avec celui qui regarde. La preuve la plus convaincante est la technique du pointillisme. Les couleurs que la peintre veut donner à voir ne sont pas situées sur la surface peinte mais « dans l'espace », ou dans l'imaginaire de celui qui regarde.

Bien sûr, l'art de la scène a désormais progressé au-delà de la stricte scénographie. Les opéras de Wagner semblent avoir donné un essor à cette évolution, d'abord parce qu'ils exigeaient, de toute façon, une ambiance fantastique et aussi parce qu'ils étaient conçus pour agir surtout sur les sensations et pas seulement sur l'imagination<sup>9</sup>. Mais la percée ne fut manifeste qu'au xx<sup>e</sup> siècle, avec la maîtrise de la lumière et du son grâce à la technologie électrique<sup>10</sup>. L'art de la scénographie n'est plus confiné au décor et à l'ameublement de l'espace scénique mais, d'une part, il permet à l'action scénique d'apparaître dans une lumière particulière et, d'autre part, il crée un espace acoustique qui donne le « ton » à toute la représentation. De plus, cela a permis à l'art de la scénographie de quitter la scène elle-même et de se propager dans un auditorium ou même un simple espace. Les espaces engendrés par la lumière et le son ne sont plus perçus comme extérieurs mais comme une atmosphère intérieure qui nous enveloppe. Cet art s'est étendu à toutes les applications scéniques comme le décor des discothèques ou, à plus grande échelle, aux festivals en plein air ou aux cérémonies d'ouverture d'événements sportifs, etc.<sup>11</sup>

La prédominance actuelle du design sonore et lumineux nous permet rétrospectivement de discerner en quoi consiste la création d'ambiances dans un domaine plus réaliste. Il devient clair que ce qui est en question, ce n'est pas le spectacle visuel – comme

---

7. FRANK, Erich, *Platon und die sogenannten Pythagoreer*, Darmstadt, 1962, p. 20.

8. ECO, Umberto, *Semiotik. Entwurf einer Theorie der Zeichen*, Munich, 1987, chapitre 3.5. édition anglaise : *A Theory of Semiotics*, Indiana, 1976.

9. SCHUBERTH, Ottmar, *Das Bühnenbild. Geschichte, Gestalt, Technik*, Munich, sans date, pp. 86 sqq.

10. ECKERT, Nora, *Das Bühnenbild im 20 Jahrhundert*, Berlin, 1998, spécialement le chapitre « Mehr Licht! Die Lichtbühne », pp. 106-113.

### Conférence 3

l'ont peut-être cru un temps les praticiens de l'ancienne scénographie—mais la création d'espaces « accordés », c'est-à-dire d'ambiances. La fabrication des atmosphères, tant qu'elle concerne une mise en forme et la construction de l'espace géométrique et de son contenu ne peut pas reposer sur les qualités concrètes de l'espace et des choses qu'il abrite. Ou, plus précisément, cette fabrication n'est pas liée aux déterminations des objets mais à leur manière d'irradier l'espace pour servir de générateurs d'ambiance. C'est pourquoi au lieu de propriétés, je parle d'extases (*ektasen*)<sup>12</sup>—c'est-à-dire du moyen de sortir de soi. Cette divergence entre propriété et extase peut s'éclairer par l'antithèse convexe-concave : une surface liée au corps qu'elle enferme est convexe, mais devient concave par rapport à l'espace environnant.

Nous sommes donc concernés par l'extase, la forme expressive des choses. Nous sommes très peu accoutumés à caractériser les choses en termes d'extase, bien que ceci soit décisif dans le design par exemple. En accord avec notre tradition ontologique, nous caractérisons les objets en termes de matière et de forme. Cependant, pour notre objectif présent, le modèle de chose de Jacob Böhme est plus approprié. Il conçoit les objets selon le modèle d'un instrument de musique<sup>13</sup>. Ainsi le corps est quelque chose comme la caisse de résonance de l'instrument de musique, tandis que ses particularités extérieures nommées « signatures » par Jacob Böhme, sont les ambiances qui articulent ses formes expressives. Et au bout du compte, ce qui les caractérise, c'est leur tonalité, leur « parfum », ce qui émane d'eux—c'est-à-dire la façon dont leur essence s'exprime.

La tonalité et l'émanation—ce que j'appelle extases—détermine l'atmosphère irradiée par les choses. C'est donc la manière dont la présence des objets est ressentie dans l'espace. Cela nous donne une définition complémentaire de l'ambiance. Pour cela les Anciens avaient cette belle expression : *parousia*. Ainsi pour Aristote la lumière est la *parousia* du feu<sup>14</sup>.

### Conclusion

Ce que, me tournant vers Platon, j'ai appelé *phantastikè technè*, serait sans doute appelé aujourd'hui design. Nous avons orienté notre réflexion vers une sphère prototype du design : le design scénique. Mais pour notre objectif il est important de modifier la conception traditionnelle du design qui le réduit à une « mise en forme » et à une « configuration ». Cette conception est déjà dépassée par l'extraordinaire importance de la lumière et du son, non seulement dans le domaine de la scène mais aussi dans ceux

---

11. LARMANN, Ralph, *Stage Design*, Cologne, 2007. Tony DAVIS, *Stage Design*, Ludwigsburg, 2001.

12. BÖHME, Gernot, *Asthetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre*, Munich 2001, chapitre IX.

13. BÖHME, Jacob, *De signature rerum oder von der Geburt und Bezeichnung aller Wesen*, in *Jacob Böhmes sämtliche Werke*, Éditions K. W. Schiebler), Leipzig, 1922, volume 1.

14. ARISTOTE, *Peri Psychè*, 18b.

## *Un paradigme pour une esthétique des ambiances*

de la publicité, du marketing, de l'urbanisme et de l'aménagement intérieur. On pourrait parler d'une phénoménologie pratique ou, mieux encore, poétique parce que nous avons affaire ici à l'art d'apporter quelque chose à l'apparence. Hermann Schmitz utilise souvent le terme de «technologie de l'impression» (*Eindruckstechnik*)<sup>15</sup>. À vrai dire, ce terme est souvent polémique, car il se réfère à la fabrication d'impressions destinées à la propagande durant la période nazie, ou à ce que Walter Benjamin dénommait «l'esthétisation de la vie politique»<sup>16</sup>. Parlons plus généralement de *l'art de mettre en scène*. Ainsi, d'une part, nous avons conservé le lien avec notre paradigme d'art de la scénographie et, d'autre part, nous avons inclus dans cette formule l'objectif selon lequel sont principalement produites les ambiances aujourd'hui: cette scénographie fait partie de l'élaboration d'une tragédie ou d'un opéra. Cet art des ambiances, dans la mesure où il sert à la préparation des festivals de plein air ou de grands événements sportifs comme la coupe du monde de football ou les Jeux Olympiques, c'est leur scénographie. Le rôle des ambiances dans le marketing est de mettre en scène des produits. Les produits eux-mêmes sont évalués, dans cette esthétique économique où ils ne servent que peu à la satisfaction des besoins de base, en fonction de leur valeur de scénographie, c'est-à-dire dans la mesure où ils aident des individus ou des groupes à mettre en scène leur propre style de vie. Et finalement, dans les démocraties, ou plus précisément les média-démocraties, là où la politique se joue comme dans un théâtre, la fabrication des ambiances a pour rôle de mettre en scène les personnalités ou les événements politiques.

Si nous récapitulons ces exemples, il en ressort que l'attention que l'on porte à la théorie esthétique des ambiances a son arrière-plan concret dans le fait que la scénographie est devenue un trait fondamental de notre société: scénographie de la politique, des événements sportifs, des villes, des produits, des personnalités, de nous-mêmes. Le choix du paradigme de *scénographie* pour l'art de faire des ambiances reflète la théâtralisation réelle de notre vie. C'est pourquoi le paradigme de *scénographie* peut nous apprendre tant de chose, en théorie, sur la question générale de la fabrique des atmosphères et donc sur l'art de la théâtralisation. Mais en pratique, il y aurait beaucoup à apprendre, aussi, de la grande tradition du design scénographique. En fait, cela se produira, mais il ne faut pas s'attendre à ce qu'il soit possible d'en parler beaucoup car, jusqu'à présent l'art de la scénographie s'est transmis comme les artisanats traditionnels, dans la relation maître-élève, par collaboration et imitation. Le guide du savoir pratique est un *tacit knowledge*. Il est d'autant plus satisfaisant de trouver, de temps à autre, dans les nombreux livres existants sur le thème de la scénographie, une explicitation de cet artisanat. En conclusion, je vous donnerai un témoignage de ce savoir tiré de la pratique de la scénographie. On la trouve, parmi d'autres, dans une dissertation philosophique d'un livre de Robert Kümmerlen *Zur Aesthetik bühnenräumlicher Prinzipien*.

---

15. SCHMITZ, Hermann, *Adolf Hitler in der Geschichte*, Bonn, 1999.

16. BENJAMIN, Walter, «The Work of Art in the Age of its Technical Reproducibility», traduction Edmund JEPHCOTT, in W. BENJAMIN, *Selected Writings*, volume 4, Cambridge, Massachusetts, et Londres, 2003, p. 269.



### Conférence 3

Kümmerlen écrit, à propos de l'utilisation de la lumière sur scène, qu'une « atmosphère » y est créée par la lumière. Il définit ensuite la lumière d'ambiance en disant qu'elle apporte une « atmosphère caractéristique » à la représentation. Il mentionne les ambiances « sombres et charmantes » – qui ont un caractère synesthétique et communicatif. Enfin, il reconnaît le statut d'« existence intermédiaire » comme typique des ambiances : « *L'éclairage à lui seul transmet un fluide entre les différentes composantes de la représentation* ». À présent, permettez que je le cite en entier :

*« L'espace à contempler reçoit son éclat de l'éclairage ; les représentations sur scène ne sont visibles que grâce à la lumière. La première fonction de l'éclairage, c'est de fournir la lumière avec la brillance, ce qu'on peut appeler l'atmosphère dans laquelle l'espace existe. L'ambiance-lumière, réalisée par une diversité de moyens, transforme l'espace ; à travers l'éclairage, les représentations trouvent leur caractère. L'espace crée un effet dans sa totalité : les lumières de la représentation spatiale produisent une impression autonome et l'espace se tient dans une lumière unifiante. L'« unité de caractère » est produite par l'illumination de la scène toute entière. Une ambiance uniforme émane alors de l'espace. Par exemple, la représentation de l'espace peut être soumise à une lumière « sourde ». On voit que les objets à trois dimensions rayonnent sous une lumière homogène ; l'espace apparaît, par exemple, comme « séduisant » ou « sombre ». L'éclairage à lui seul produit un fluide entre les différents composants de la représentation. Une ambiance particulière émane de l'espace à travers l'effet éthéré de son éclat<sup>17</sup> ».*

---

17. KÜMMERLEN, Robert, *Zur Aesthetik Bühnenräumlicher Prinzipien*, Ludwigsburg, 1929, p. 36.