

LET'S DANCE

Exposition du 22 octobre 2010 au 16 janvier 2011

cqfd  MAC/VAL

Sommaire

Manifestoyons !	ρ.5
Économie de la fête	ρ.13
La fête : danse et autres corps mêlés	ρ.21
Le cas <i>particulier</i> de l'anniversaire	ρ.31
Vanités : le temps qui passe	ρ.37

LET'S DANCE

Il y a assurément beaucoup de banalité à constater que les gens en fête ne sont ni intemporels ni solitaires, que leurs gestes sont inséparables de leur milieu et de leur époque. Une fête doit fatalement refléter quelque chose des passions, des craintes et des espoirs de son temps.

Yves-Marie Bercé, *Fêtes et Révoltes, Des mentalités populaires du XVI^e au XVIII^e siècle*, Hachette, 1994.

MANIFESTOYONS!

LE CONTRAT FESTIF

Les fêtes, c'est-à-dire les différentes formes de réjouissances publiques ou privées, sont des événements de rupture en partie ritualisés. Elles s'appuient sur des coutumes « institutionnalisées » dans lesquelles la spontanéité – voire l'excès – peut s'exprimer.

À ce titre, les fêtes comme les cérémonies collectives sont parties prenantes du jeu social : elles ne sortent pas du cadre des activités collectives et doivent être entendues comme des espaces, certes différents, où sont « digérées » les questions-clefs de l'existence humaine. Qu'il s'agisse des saturnales qu'on célébrait dans la Rome antique, de leur héritier le carnaval au Moyen-Âge, où se rejoue l'abolition temporaire des distinctions sociales, ou plus récemment des grandes communions nationales, toutes ces fêtes participent à la préservation et au renouvellement de la société.

James Ensor a peint ce tableau en 1888, à une époque où les tensions croissantes entre Flamands et Wallons, entre libéraux et catholiques, menacent la toute jeune Belgique. Des conflits sociaux s'enveniment un peu partout dans le pays et des manifestations de travailleurs sont réprimées dans le sang. C'est dans ce contexte qu'Ensor dépeint une sorte de carnaval, une danse macabre où se côtoient les différents corps de la société : au fond, une fanfare militaire, devant, un juge, un évêque, des notables, le militant socialiste Édouard Anseele ; autour, des drapeaux aux couleurs de la France et de la Belgique, ainsi que de multiples fanions qui accompagnent une grande banderole rouge sur laquelle est inscrit « Vive la sociale ».



James Ensor, *L'Entrée du Christ à Bruxelles*, 1888. 2,58 x 4,30 m, Los Angeles, Getty Museum.

Témoigner de la liesse, de ce moment particulier où le bonheur d'être ensemble prend le pas sur la distinction entre individus, est depuis longtemps un sujet de représentation. Qu'ils soient de simples marqueurs de la fête ou des emblèmes communautaires, les fanions et drapeaux sont les signes récurrents de ces célébrations.



—
Claude Monet, *La rue Montorgueil à Paris, fête du 30 juin 1878*, 1878.

—
Jeremy Deller, *Veteran's Day Parade, la fin de l'Empire*, vidéo, 2002.

—
Raoul Dufy, *le 14 juillet au Havre*, 1905.

—
Fionna Banner, *Black Bunting*, 2001.
Cortoisie: F. B et Frith Street Gallery.



FAIRE NATION

Par la formule *Panem et circenses*, littéralement du « pain et des jeux », le poète latin Decimus Juvenal exprime dès le II^e siècle de notre ère le potentiel politique du divertissement. Ce qui divertit fait diversion, éclaire d'un jour différent les soucis quotidiens et dilue la volonté de changement dans un élan unificateur.

La Révolution française

Avec la Révolution française, période d'utopie où la *régénération* du peuple est au cœur des préoccupations, la fête devient l'instrument privilégié des nouveaux gouvernants, le ciment naturel propre à lier les individus à la société nouvelle. Ce potentiel social et politique de la fête est souligné par celui qui

sera l'une des influences de l'esprit révolutionnaire, avant d'être largement mis en pratique au cours des siècles.

Plantez au milieu d'une place un piquet couronné de fleurs, rassemblez-y le peuple et vous aurez une fête. Faites mieux encore : donnez les spectateurs en spectacle, rendez les acteurs eux-mêmes, faites que chacun se voie et s'aime dans les autres afin que tous soient mieux unis.

Jean-Jacques Rousseau, cité par Albert Soboul, *Dictionnaire historique de la Révolution française*, PUF, 2005.

Le législateur, pénétré de son devoir de régénération, mettait dans la multiplication des fêtes une volonté pédagogique et fondatrice. [...] « Que la fête de la Liberté soit notre fête printanière, que d'autres solennités civiques signalent le retour des autres saisons de l'année... Elles élèveront l'âme du peuple, elles adouciront ses mœurs, elles développeront sa sensibilité en affermissant son courage. Elles en feront, disons mieux, elles en ont déjà fait un peuple nouveau. Les fêtes populaires sont la meilleure éducation du peuple. » Il fallait implanter une religion civique, inventée, dont l'idéologie et la symbolique se devaient d'être neuves.

Yves-Marie Bercé, *Fête et Révolte, Des mentalités populaires du XVII^e au XVIII^e siècle*, Hachette, « Pluriel », 1994.

La fête de la souveraineté est aussi instrument de vérification et de contrôle. Elle permet l'enregistrement de la participation ou de l'absence, de l'illumination ou de l'obscurité des façades, de leur décoration ou de leur nudité, de la plus ou moins grande intensité de l'acclamation, du degré de ferveur de l'accueil. Elle fournit l'occasion d'une vérification du bon fonctionnement et de l'efficacité des réseaux ; elle permet de mesurer les capacités de mobilisation des esprits. [...] Elle permet de détecter l'opposition qui se traduit par l'abstention du notable et de percevoir l'attitude des autres catégories, collectivement.

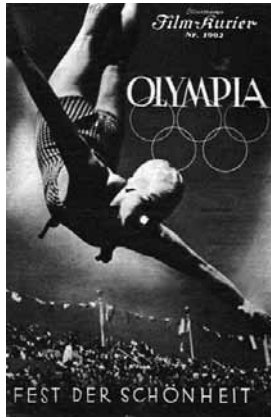
Alain Corbin, *La Fête de Souveraineté, La Tradition politique des fêtes interprétation et appropriation*, in *Les usages politiques des fêtes aux XIX^e–XX^e siècles*, Publications de la Sorbonne, 1994.



P.-A. Machy, *La Fête de l'Être Suprême*, le 8 juin 1794.



—
Leni Riefenstahl, affiche du film en deux parties, *Olympia, Fest der Voelker* [Fête des peuples], 1938.



—
Leni Riefenstahl, affiche du film *Olympia, Fest der Schönheit* [Fête de la beauté], 1938.

Les régimes totalitaires du XX^e siècle

Des rassemblements spectaculaires et impressionnants de militants sont organisés à la gloire du national-socialisme. Les grandes cérémonies sont un élément essentiel de l'esprit communautaire voulu par Hitler. Elles sont mises en scène par l'architecte Albert Speer dans des stades gigantesques. Il utilise des projecteurs lumineux pour créer des faisceaux lumineux de 1 000 mètres. Les fêtes sont toujours mises en scène soigneusement et se déroulent le plus souvent la nuit, ce qui permet de mettre en valeur les symboles et les chefs par les jeux de lumière. Le calendrier tourne donc autour de fêtes célébrant le national-socialisme. L'objectif de l'aile radicale du NSDAP est de remplacer les fêtes chrétiennes par les fêtes nationales-socialistes. Le 30 janvier, est célébrée la prise de pouvoir d'Hitler, et le 24 février, la fondation du parti. Le putsch de Munich est commémoré le 9 novembre. La seule fête chrétienne préservée dans le calendrier officiel est Noël. En septembre, huit jours sont consacrés au congrès du parti à Nuremberg. Hitler est au centre des cérémonies. Il s'adresse à une foule ordonnée en colonnes impeccables. C'est à l'occasion du congrès de 1934 que Leni Riefenstahl réalise le célèbre film Le Triomphe de la volonté. Le film poursuit les mêmes buts que les cérémonies qu'il raconte: absorber l'individu dans la masse, lui faire perdre tout recul, pour qu'il souhaite consacrer sa vie au triomphe du national-socialisme. Les nazis ont compris que les rites et l'émotion poussent les hommes à l'action collective.

Adelin Guyot, Patrick Restellini, *L'Art nazi: un art de propagande*, Complexe, 1996, p. 17.



—
Fête populaire en URSS. Photo publiée dans la brochure *Le Pavillon de l'URSS* à l'Exposition universelle de Bruxelles en 1958.

—
Une fête populaire en Albanie Socialiste.

Artistes et contre-pouvoir

Qu'il s'agisse de déplacer le point de vue comme dans les photographies de Bruno Serralongue, d'organiser des célébrations muettes et décalées comme dans les marches avec miroir de Mircea Cantor ou de rejouer des scènes de conflits récents comme dans les vidéos de Jeremy Deller, les artistes proposent un contrepoint, tour à tour poétique ou critique, aux représentations traditionnelles.



Bruno Serralongue, *Portrait d'Ernesto Guevara, La Havane, 13 octobre 1997*.



Mircea Cantor, *The Landscape is Changing*, vidéo, 2003.



Jeremy Deller, *The Battle of Orgreave, 2001*.
Photo de Martin Jenkinson.



Photos et tracts contre l'interdiction des « free parties » et les confiscations de matériel.

FÊTE ET RÉVOLTE

Mais comme tout rassemblement humain, les fêtes et célébrations posent chez les garants de l'ordre moral et politique la question des limites : où commencent-elles, où finissent-elles ? Quelles règles d'exception les gouvernement et les encadrent ? Comment circonscrire le débordement à un niveau tolérable ?

L'insurrection éclate pendant un jour de fête ; la réjouissance se change en prise d'armes. Aussi bien, l'émeute victorieuse s'achève en fête bachique et la foule danse après avoir mis en fuite ses ennemis. Plutôt que de passages évidents ou possibles de la fête à la révolte, il serait plus exact de parler d'échanges, car l'ambiguïté des récits empêche de dire le sens du passage, d'indiquer ce qui de la fête ou de la révolte précédait dans l'événement.

Yves-Marie Bercé, *Fête et Révolte, Des mentalités populaires du XVI^e au XVIII^e siècle*, Hachette, « Pluriel », 1994.

Après les Situationnistes dans les années 1970, le courant techno – via les free-parties et les rave-parties dans les années 1990 – envisage la fête comme un temps plein qui coupe avec le spectacle de la consommation, comme une expérience qui rompt avec l'aliénation de la vie quotidienne.

Pareils à Marx qui a déduit une révolution de la science, nous déduisons une révolution de la fête... Une révolution sans fête n'est pas une révolution. Il n'y a pas de liberté artistique sans le pouvoir de la fête... Nous exigeons avec le plus grand sérieux les jeux.

Internationale situationniste #6, bulletin central édité par les sections de l'Internationale situationniste, Paris, août 1961 (C.R. : Debord, Kotanyi, Nash, Sturm)

À la fin de cette Free Parade, les manifestant(e)s ont décidé de prolonger la « teuf » au bois de Boulogne, en célébrant dès minuit une fête de « leur » musique, conçue comme une légitime mise en accusation de la réduction croissante du droit d'expression des artistes et musiciens amateurs lors des festivités officielles du 21 juin.

Quelques centaines de personnes se trouvaient déjà sur le site lorsqu'une cinquantaine d'agents de la B.A.C et de policiers en tenues anti-émeute, bientôt rejoints par de nombreux renforts, ont violemment chargé la foule à coups de matraques. Les gens se sont alors regroupés pour éviter les coups et protéger le matériel sonore. En dépit de cette réaction manifestement pacifique, la police a poursuivi les charges au moyen de grenades lacrymogènes et de pistolets flash-balls, parfois de façon particulièrement dangereuse (tirs tendus ou même à bout portant, en direction du buste ou du visage, etc.). Des individus à terre ont été roués de coups de pieds et aspergés de gaz ; un handicapé, membre de Médecins du Monde, fut même jeté hors de son fauteuil roulant avant d'être molesté au sol. Au passage, les forces de police ont volontairement détérioré des véhicules et du matériel appartenant aux fêtards. Empêchant l'accès aux véhicules, la police a pendant plusieurs heures conduit une véritable « chasse aux ravers », n'hésitant pas à lâcher des chiens à leur poursuite... Une attitude d'autant plus paradoxale que les Sound Systems avaient commencé à partir dès l'intervention policière.

Face à la plus grosse saisie de son histoire, le mouvement des free-parties s'organise, Ben Lagren cité par Article XI, juin 2009.

Les ravers sont moins considérés, dans leur demande, comme des citoyens à part entière que comme de potentiels hors-la-loi et déviants. Leur besoin d'espace, cette quête incessante de territoire, semble contredire la mécanique réglée du jeu politique démocratique. Elle la neutralise même. En ce sens, ce qui relève d'un droit démocratique, le droit au rassemblement, ce qui relève d'un temps social utile au ressourcement de la force de travail, le loisir et la fête, inquiètent dans la mesure où ils sont pensés en tant que moments de possibles débordements, de passages à l'acte transgressif, de mise en parenthèses des interdits, de dérivations supposées ou réelles difficilement contrôlables, de création ludique de relations politiques échappant aux normes dominantes.

Laurent Saadoun, Dans l'institution ou hors de l'institution : la transgression nécessaire. La fête Techno, in *Autrement*, mai 2004, pp. 118 et suiv.

ÉCONOMIE DE LA FÊTE

À PERTE ?

Selon Georges Bataille, la fête – au même titre que les spectacles, les jeux, le luxe, les deuils – fait partie des dépenses dites improductives, qui contiennent leur propre fin. Aussi, l’activité du potlatch dans les sociétés archaïques démontre que la fête y est déjà fortement reliée à la notion de dépense.

S’opposant à la notion artificielle de troc, la forme archaïque de l’échange a été identifiée par Mauss sous le nom de potlatch, emprunté aux Indiens du Nord-Ouest américain qui en ont fourni le type le plus remarquable. [...] Les moins avancées de ces peuplades américaines pratiquent le potlatch à l’occasion des changements dans la situation des personnes – initiations, mariages, funérailles – et, même sous une forme plus évoluée, il ne peut jamais être disjoint d’une fête, soit qu’il occasionne cette fête, soit qu’il ait eu lieu à son occasion. Il exclut tout marchandage et, en général, est constitué par un don considérable de richesses offertes ostensiblement dans le but d’humilier, de défier et d’obliger un rival.

Georges Bataille, *La Part maudite, précédé de la notion de dépense*, Éditions de Minuit, 1967.



Vincent Olinet, *Ma fête foraine*, 2004.

Une hypothétique célébration ne subsiste dans l’œuvre de Vincent Olinet que quelques signes minimaux ou archétypaux autour d’une pergola bancale : fanions colorés, guirlandes lumineuses.

L'exemple du Gargantua de Rabelais

Le motif dominant de cet extrait est la généreuse abondance matérielle et corporelle, qui vient du monde et grandit. [...] Les corps s'enchevêtrent et commencent à se fondre dans une sorte d'image grotesque unique de l'univers mangé-mangeur. Une atmosphère unique et dense se crée, celle des grandes entrailles, où s'accomplissent les principaux actes de notre épisode: manger, chute du fondement, accouchement.

Mikhaïl Bakhtine, *L'œuvre de François Rabelais et la culture populaire au Moyen-Âge et sous la Renaissance*, Gallimard, 1970, p. 222.

Chapitre IV

Comment Gargamelle, grosse de Gargantua, se laissa aller à manger des tripes

Voici dans quelles circonstances et de quelle manière Gargamelle enfanta, et si vous ne le croyez pas, que le fondement vous échappe !

Le fondement lui échappa un après-midi, le troisième jour de février, d'avoir trop mangé de gaudebillaux. Les gaudebillaux sont de grasses tripes de coiraux. Les coiraux sont des bœufs engraisés à l'étable et aux prés guimaux. Les prés guimaux, des prés qui portent l'herbe deux fois par an. On avait fait tuer trois cent soixante-sept mille et quatorze de ces bœufs gras pour être salés pour le Mardi gras, afin qu'au printemps ils aient du bœuf de saison en quantité pour mieux apprécier le vin. Les tripes furent copieuses, comme vous l'imaginez bien, et si délectables que chacun s'en laichait les doigts. Mais le diable était qu'on ne pouvait longtemps les conserver, car elles auraient pourri ; ce qui semblait choquant. On en conclut donc qu'on englutirait tout sans rien perdre. Pour cela, on convia tous les habitants de Cinais, de Seuillé, de La Roche-Clermault, de Vaugaudry, sans oublier ceux du Coudray, de Montpensier, du Gué de Vède et autres bons voisins, tous bons buveurs, bons compagnons et beaux joueurs de quille.

Le bonhomme Grandgousier y prenait grand plaisir et ordonnait que tout allât par écuelles. Il disait pourtant à sa femme d'en manger le moins possible,

vu qu'elle approchait de son terme et que cette tripaille n'était pas un mets très recommandable: « Il a, disait-il, grande envie de mâcher de la merde, celui qui en mange le sac. » Malgré ces remontrances, elle en mangea seize muids, deux tonneaux et six pots.

*Ô la belle matière fécale qui devait boursoufler en son ventre !
Après déjeuner tous allèrent pêle-mêle à la Saulaie et là, sur l'herbe drue,
ils dansèrent au son des joyeux flageolets et des douces cornemuses, si gaiement que
c'était divertissement céleste que de voir ainsi se divertir.
Puis ils décidèrent de reprendre une collation sur place. Aussi flacons d'aller,
jambon de trotter, gobelets de voler, brocs de tinter :
« Tire !
Donne !
Tourne !
Mélange !
Donne m'en, sans eau ; c'est cela mon ami.
Vide-moi ce verre galamment.
Verse-moi du clairot, que le ventre en pleure.
Trêve de soif !
Ha, maudite fièvre, ne partiras-tu pas ?
Ma foi, ma commère, je n'arrive pas à me mettre à boire.
Vous avez pris froid mon amie ?
Sans doute.
Ventre saint Quenet ! Parlons de boire.
À lever le coude, vous vous gâtez le nez.
Ô combien d'autres y entrèrent avant que celui-ci en sorte !
Boire à niveau si bas, c'est fait pour se rompre le cou.
Voilà qui s'appelle un piège à flacons. »*

François Rabelais, *Gargantua*, éd. Marie-Madeleine Fragonard, « Pocket », 1998, pp. 65-67.

LORSQUE LA FÊTE RENCONTRE L'ÉCONOMIE QUOTIDIENNE

La fête a longtemps été abordée à travers sa dimension symbolique et son caractère exceptionnel, la distinguant du quotidien, du trivial, de l'économie journalière.

Ce conte philosophique écrit par Voltaire fait néanmoins apparaître, à travers une critique du catholicisme et de la célébration de ses saints, un rapprochement avec le temps et l'économie de la société.



Philippe Parreno, *Fraught Times: For Eleven Months of the Year It's an Artwork and in December It's Christmas (March)*, 2009. Collection Vanmoerkerke, Belgique.

Un pauvre gentilhomme du pays d'Haguenau cultivait sa petite terre, et sainte Ragonde ou Radegonde était la patronne de sa paroisse. Or il arriva que le jour de la fête de sainte Ragonde, il fallût donner une façon à un champ de ce pauvre gentilhomme, sans quoi tout était perdu. Le maître, après avoir assisté dévotement à la messe avec tout son monde, alla labourer sa terre, dont dépendait le maintien de sa famille ; et le curé et les autres paroissiens allèrent boire selon l'usage. Le curé, en buvant, apprit l'énorme scandale qu'on osait donner dans sa paroisse, par un travail profane ; il alla, tout rouge de colère et de vin, trouver le cultivateur, et lui dite : « Monsieur, vous êtes bien insolent et bien impie d'oser labourer votre champ au lieu d'aller au cabaret comme les autres. – Je conviens, monsieur, dit le gentilhomme, qu'il faut boire à l'honneur de la sainte, mais il faut aussi manger, et ma famille mourrait de faim si je ne labourais pas. – Buvez et mourez, lui dit le curé. – Dans quelle loi, dans quel concile cela est-il écrit ? dit le cultivateur. – Dans Ovide, dit le curé. – J'en appelle comme d'abus, dit le gentilhomme. Dans quel endroit d'Ovide avez-vous lu que je dois aller au cabaret plutôt que de labourer mon champ le jour de sainte Ragonde ? »
[...]

On conta cette aventure à un magistrat de bon sens et de beaucoup de piété. Voici les réflexions qu'il fit à propos de sainte Ragonde.

Ce sont, disait-il, les cabaretiens, sans doute, qui ont inventé ce prodigieux nombre de fêtes : la religion des paysans et des artisans consiste à s'enivrer le jour d'un saint qu'ils

ne connaissent que par ce culte: c'est dans ces jours d'oïveté et de débauche que se commettent tous les crimes: ce sont les fêtes qui remplissent les prisons, et qui font vivre les archers, les greffiers, les lieutenants criminels, et les bourreaux: voilà parmi nous la seule excuse des fêtes: les champs catholiques restent à peine cultivés, tandis que les campagnes hérétiques, labourées tous les jours, produisent de riches moissons. [...]

Voltaire, *Dictionnaire philosophique*, Fêtes, section I (extrait), 1764.



Pieter Bruegel l'Ancien, *Combat de Carnaval et de Carême*, 1559.

VENDREDI 1 DÉCEMBRE	Se décider plus tôt, c'est partir moins cher. Air France
SAMEDI 2 DÉCEMBRE	Les prix bas, ça aide à vivre bien. Carrefour
DIMANCHE 3 DÉCEMBRE	La mode est aux économies. E. Leclerc
LUNDI 4 DÉCEMBRE	Le temps est au luxe. Elle
MARDI 5 DÉCEMBRE	Il y a des luxes dont on ne peut se passer. Häagen-Dazs
MERCREDI 6 DÉCEMBRE	Le luxe n'est pas forcément là où on l'attend. Première Heure
JEUDI 7 DÉCEMBRE	Le vrai luxe, c'est l'espace. Renault
VENDREDI 8 DÉCEMBRE	Au delà du luxe, la vue. Cogedim
SAMEDI 9 DÉCEMBRE	L'œil humain a été conçu pour discerner des millions de couleurs. Microtox
DIMANCHE 10 DÉCEMBRE	On n'a qu'une vie, on n'a que deux yeux. Bollé
LUNDI 11 DÉCEMBRE	Tout commence par le regard. Clarins
MARDI 12 DÉCEMBRE	La vie n'est qu'un regard. Isabel Canovas
MERCREDI 13 DÉCEMBRE	Il faut voir clair pour aller plus loin. Continent Assurances
JEUDI 14 DÉCEMBRE	On a parfois besoin de voir sa vie sous un autre angle. Volvo
VENDREDI 15 DÉCEMBRE	Vue de dos, la vie est belle. Karting
SAMEDI 16 DÉCEMBRE	Il ne suffit pas d'être belle devant. Triumph International

Claude Closky, *Calendrier 2000*. Centre Georges Pompidou, édité à l'occasion de l'exposition « Le temps vite » (13 janvier-17 avril 2000).

DE LA FÊTE À L'ÉVÉNEMENT PERMANENT

Dans les sociétés occidentales contemporaines, fêtes, loisirs et consommation tendent à se rapprocher. L'ancienne distinction entre la reproduction sociale et le symbolique d'un côté, et la consommation, le trivial ou la récréation de l'autre, s'estompe.

Aussi, le poids économique des loisirs s'accroît toujours. Au-delà de la seule consommation, les fêtes contribuent au développement et à la création sociale de richesse et de valeur. La marchandisation de la fête est croissante. De grands groupes (Disney, Club Méditerranée, Sony...) la produisent.

La reproductibilité et l'industrialisation de la fête sont également à l'ordre du jour. Ce mode de production festif garantit une efficacité économique. Il permet aussi aux individus de retrouver des repères fiables et efficaces dans ce contexte d'événement permanent. Philippe Muray (*Après l'histoire*, 1999) qualifie d'hyperfestive cette civilisation dont l'activité infatigable modifie et transforme sans cesse les comportements et l'environnement.

En 1967, alors que le monde n'a pas encore vécu l'inflation spectaculaire que nous connaissons, Guy Debord évoque les conséquences d'un état festif permanent. Quelle est la place du spectateur lorsque la fête devient produit ? Quels changements s'opèrent dans notre rapport au temps lorsque l'exceptionnel se renouvelle constamment ?

L'aliénation du spectateur au profit de l'objet contemplé (qui est le résultat de sa propre activité inconsciente) s'exprime ainsi : plus il contemple, moins il vit ; plus il accepte de se reconnaître dans les images dominantes du besoin, moins il comprend sa propre existence et son propre désir. L'extériorité du spectacle par rapport à l'homme agissant apparaît en ce que ses propres gestes ne sont plus à lui, mais à un autre qui les lui représente. C'est pourquoi le spectateur ne se sent chez lui nulle part, car le spectacle est partout.

Cette époque, qui se montre à elle-même son temps comme étant essentiellement le retour précipité de multiples festivités, est également une époque sans fête. Ce qui était, dans le temps cyclique, le moment de la participation d'une communauté à la dépense luxueuse de la vie, est impossible pour la société sans communauté et sans luxe. Quand ses pseudo-fêtes vulgarisées, parodies du dialogue et du don, incitent à un surplus de dépense économique, elles ne ramènent que la déception toujours compensée par la promesse d'une déception nouvelle. Le temps de la survie moderne doit, dans le spectacle, se vanter d'autant plus hautement que sa valeur d'usage s'est réduite. La réalité du temps a été remplacée par la publicité du temps.

Guy Debord, *La Société du Spectacle* [1967], Gallimard, « Folio », 1992.

À partir du motif Paramour, Jean-Luc Verna réalise une variation de dessins qui accompagnent sa vie et son œuvre, marquent le temps qui passe, tels des vanités. Détournement du logo de la société de production de films hollywoodienne Paramount, le motif est composé du célèbre sommet montagneux criblé d'étoiles, barré du mot-image Paramour. Repris par le dessin, le logo retrouve ses origines archaïques. L'image de l'industrie du spectacle devient sentimentale, rejoint l'imagerie populaire du tatouage et son marquage de l'intime.

Pierre Huyghe invite architectes, musiciens, chorégraphes et commissaires d'exposition à inventer de nouveaux jours fériés. Cette œuvre collective nous offre quarante-huit nouvelles dates à fêter. Les commémorations historiques et les jours de fêtes religieuses font place à des célébrations sociales, sentimentales, environnementales, artistiques... L'artiste déstructure notre rapport au temps en supprimant le caractère exceptionnel de ces célébrations. Cette saturation d'événements nous laisse imaginer un état permanent de festivités qui revêtirait chaque jour un nouveau visage.



Jean-Luc Verna, *Paramour*, 2007. Courtoisie Air de Paris, Paris.



Pierre Huyghe, *One Year Celebration*, 2006, © Tate, Londres, 2010.

LA FÊTE : DANSE ET AUTRES CORPS MÊLÉS

La fête assure et provoque la communion et la cohésion du groupe.

Louis Molet

Oui mais comment ? Et pourquoi ce besoin de faire corps commun ?

Des fêtes dionysiaques de la Grèce antique jusqu'aux raves parties d'aujourd'hui, on observe les mêmes transes, la même volonté de se fondre dans l'autre. Cependant, la société occidentale contemporaine se signale par un individualisme inconnu des sociétés anciennes. Comment s'articule alors la relation du groupe à l'individu dans ce bain festif ? La fête est-elle une loupe grossissante qui permettrait de comprendre les forces qui déterminent la vie sociale ?

HOMMAGE À DIONYSOS

Alors que la plante ou l'animal restent enfermés dans le point de vue borné de leur espèce, l'humain est capable, lui, de sortir de lui-même (c'est ce que les Grecs et Nietzsche appellent l'ek-stasis) pour faire chair commune avec tous les vivants. Nietzsche appelle *dionysiaque* cette capacité exceptionnelle de compassion avec tout ce qui vit qui caractérise l'homme.

Dans *La Naissance de la tragédie*, le chœur de la tragédie grecque est le symbole de la foule tout entière en proie à cette émotion dionysiaque.



Doug Aitken, *Hysteria*, 1998. Courtoise 303 Gallery, New York.

Avec *Hysteria*, Doug Aitken réalise un montage de séquences d'archives de scènes d'hystérie collective provenant d'images de concerts de rock. En commençant par le phénomène le plus connu, les Beatles en 1964, en montant les images de manière chronologique, Doug Aitken, dans une démarche presque sociologique, met en avant l'évolution des styles et des comportements. Ces spectateurs en transe qui entrent en communion renvoient tout autant à des images de ferveur religieuse qu'au chœur de la tragédie grecque, symbole de la foule tout entière en proie à l'émotion dionysiaque.

Mais il ne faut pas oublier non plus que le public de la tragédie attique se retrouvait effectivement lui-même dans le chœur de l'orchestre et qu'il n'y avait au fond aucune opposition entre chœur et public : car tout n'était qu'un gigantesque chœur de satyres chantant et dansant, ou tout du moins d'hommes tels qu'ils acceptaient d'être représentés par ces satyres. Ici du reste, la formule de Schlegel doit s'ouvrir pour nous à une signification plus profonde : si le chœur est le « spectateur idéal », c'est qu'il est en réalité le seul voyant, le voyant du monde visionnaire de la scène. Tel que nous le connaissons, en effet, un public de simples spectateurs était inconnu des Grecs. Dans leurs théâtres qui s'élevaient en gradins concentriques, il était au contraire loisible à chacun de ne pas voir, proprement, l'ensemble du monde civilisé qui l'entourait et, le regard saturé par le spectacle qui lui était offert, de s'imaginer soi-même choréute. C'est d'ailleurs ce qui nous autorise à voir dans le chœur primitif, au stade originel de la tragédie, une sorte de miroir que l'homme dionysiaque se tend à lui-même [...] Or ce don, cette faculté de se voir ainsi entouré d'une cohorte d'esprits avec qui se sentir en communion profonde, l'émotion dionysiaque est capable de la communiquer à une foule entière. C'est là le processus même de la formation du chœur tragique – et c'est le phénomène dramatique originel : assister soi-même à sa propre métamorphose et agir dès lors comme si l'on était effectivement entré dans un autre corps, dans un autre personnage.

Friedrich Nietzsche, *La Naissance de la tragédie*, 1872, pp. 58-59.

FAIRE CORPS COMMUN : ENTRE COLLECTIF ET SINGULIER

Danses, regroupements et autres foules festives nous invitent à réfléchir sur le rapport de l'individu au collectif, entre quête passionnée de l'unisson et expérience de la solitude ou de l'ennui au milieu des autres.



Sempé, *Festif*.

Bernhard Martin, *Single Disco*, 1999.
Collection Frac Bourgogne.

Formellement proche d'un placard ou d'un isoloir, l'œuvre de Bernhard Martin nous invite à nous échapper du musée le temps d'une chanson. Véritable boîte de nuit individuelle, elle contient tous les objets incontournables des *dance floors* inscrits dans notre inconscient collectif: boule à facettes, chaîne Hi-fi, miroirs, spots, capitonnage...

La danse

Entre unisson et performance individuelle, comment la danse pose-t-elle la question du « commun » à notre société ? Entre dévouement et convention sociale, la danse peut-elle devenir un impératif, un devoir, voir une hantise ?



Claude Lévêque, *DANSEZ!*, 1995.

Par le chant et la danse, l'homme manifeste son appartenance à une communauté supérieure: il a désappris de marcher et de parler et, dansant, il est sur le point de s'envoler dans les airs. Ses gestes disent son ensorcellement. De même que les animaux maintenant parlent et la terre donne lait et miel, de même résonne en lui quelque chose de surnaturel: il se sent dieu, il circule lui-même extasié, soulevé, ainsi qu'il a vu dans ses rêves marcher les dieux.

Friedrich Nietzsche, *La naissance de la tragédie*, 1872, pp. 30-31.

Celle-ci [la fête] se termine volontiers de façon frénétique et orgiaque dans une débauche nocturne de bruit et de mouvement que les instruments les plus frustes, frappés en mesure, transforment en rythme et en danse. Selon la description d'un témoin, la masse humaine, grouillante, ondule en pilonnant le sol, pivote par secousses autour d'un mâit central. L'agitation se traduit par toute espèce de manifestations qui l'accroissent. Elle s'augmente et s'intensifie de tout ce qui l'exprime: choc obsédant des lances sur les boucliers, chants gutturaux fortement scandés, saccades et promiscuité de la danse. La violence naît spontanément. De temps en temps des rixes éclatent: les combattants sont séparés, portés en l'air par des bras vigoureux, balancés en cadence jusqu'à ce qu'ils soient calmés. La ronde n'en est pas interrompue. De même, des couples quittent soudain la danse, vont s'unir dans les taillis voisins et reviennent prendre leur place dans le tourbillon qui continue jusqu'au matin.

Roger Caillois, *L'Homme et le Sacré*, Gallimard, 1950.

Lors de cet entretien, Georgiana Wierre-Gore, anthropologue de la danse, relativise l'idée de la danse comme moteur du rassemblement et quête de l'unisson.

Si je prends le cas des danses que j'ai étudiées au Nigeria, il s'agit presque toujours d'un jeu entre des moments où les danseurs font tous la même chose, forment une sorte de cœur, et d'autres parties où certains danseurs émergent du groupe, exhibent leurs prouesses, deviennent des « stars » pour un moment. Ces danses, que l'on qualifie

hâtivement de traditionnelles, sont dans la plupart des cas des danses de revitalisation, qui relèvent plutôt de la danse « scénique », c'est-à-dire que la dimension spectaculaire y est prépondérante, même si, bien sûr, elles n'opèrent pas en fonction de la scène à l'italienne. Ainsi, l'affirmation de l'originalité, et même la compétition, la concurrence, le défi y sont très présents. Penser que ces danses visent uniquement à fonder une identité collective témoigne donc d'une analyse simpliste.

Georgiana Wierre-Gore, « Le commun, l'identique : des catégories occidentales à l'épreuve de l'anthropologie », in *Repère Cahier de danse*, Centre de développement chorégraphique, Biennale de danse du Val-de-Marne, avril 2010.

Marie Bardet évoque ici des projets chorégraphiques récents qui, sous diverses formes, témoignent du désir de remettre en jeu l'articulation du singulier au collectif.

Les projets dansés, presque toujours menés à plusieurs, devraient constituer un lieu privilégié pour repenser et remettre en pratique les questions du collectif et du singulier, dans l'articulation, nécessairement mouvante et sans correspondances nécessairement préétablies, entre effectuation du geste, modes de composition et organisation du groupe de travail.

[...]

N'y a-t-il pas dans les recherches renouvelées de consignes communes, de gestes communs, de recherches d'un ensemble, une possible expérience qui échapperait à l'alternative ?

Parfois, se donner par exemple des consignes communes qui définissent un timing, un lieu dans l'espace et des tâches à effectuer (Umwelt de Maguy Marin), ou bien rechercher, à travers des dispositifs plus ou moins contraignants, une qualité de mouvement commune (Myriam Gourfink), ou bien encore partager une chorégraphie de mouvements semblables, constituent différentes lignes d'exploration de ce commun du geste plutôt que des partis pris entre différences diversifiées et définition d'un commun homogénéisant.

Marie Bardet, « Inquiétudes et paradoxes du commun, danser ensemble, danser comme, danser avec ? », in *Repère Cahier de danse*, op. cit.

Les Flash Mobs

Les Flash Mobs reposent sur le regroupement du plus grand nombre possible de participants. Or celui-ci est rendu possible à la fois par l'usage privé de technologies individuelles, tels que le téléphone portable ou Internet, et par la puissance des réseaux sociaux.

Une gare parisienne à l'heure de pointe: en un instant plusieurs centaines d'individus s'immobilisent. Après s'être figés quelques minutes à peine, créant une impression de suspension du temps, ils se dispersent pour se mêler à la foule urbaine. Ce happening collectif et anonyme est un Flash Mob. De l'anglais « mob » qu'il faudrait traduire par « foule », mais qui, par un intéressant glissement sémantique, a été compris comme le diminutif de « mobilisation », le Flash Mob est un rassemblement très bref, la création d'une masse d'apparence spontanée, qui relève pourtant d'une organisation complexe et innovante.

[...]

Importé des États-Unis en 2003, le Flash Mob est un phénomène qui repose sur l'usage d'Internet et des téléphones portables. Le participant est informé par le biais d'un mail ou d'un sms qu'un Flash Mob va avoir lieu ; il peut alors transmettre ce message à son cercle d'amis et ainsi participer à la communication de l'événement. C'est ce processus de communication que les plateformes de réseaux sociaux vont peu à peu formaliser, avec l'apparition successive de MySpace et Facebook. Entre 2003 (création de Myspace et premiers Flash Mobs en France) et 2010, les Flash Mobs ont suivi la mutation des outils de réseautage social, se perfectionnant dans la façon de communiquer sur l'événement, donnant lieu à des performances de plus en plus complexes sur le plan formel, et surtout bien plus institutionnalisées.

Sophie Grappin-Schmitt, « Flash Mob », in *Repère Cahier de danse*, op. cit.

Les raves

Dans les raves, on retrouve cette union d'une pulsation régulière et de sons bas, avec un travail qu'on ne peut pas exactement qualifier de mélodique, mais qui consiste à jouer sur des registres plus aigus, et à créer ainsi des tensions, qui fonctionnent comme des inducteurs de la danse. Cette dynamique rythmique et musicale crée des passages à des registres différents d'intensité sonore, aboutissant à des expériences corporelles intenses, qui sont aussi des expériences cognitives et que l'on peut appeler « transe ». [...] Cependant, chaque raver se construit individuellement, par rapport aux autres. La rave, pour lui, est aussi un parcours singulier.

Georgiana Wierre-Gore, « Le commun, l'identique : des catégories occidentales à l'épreuve de l'anthropologie », in *Repère Cahier de danse*, op. cit.

Le vol des étourneaux

Les mouvements hautement coordonnés des troupes d'oiseaux, comme celles formées par les étourneaux en hiver, font partie des phénomènes les plus passionnants du monde animal.

Les groupes semblent manœuvrer comme un seul être, changeant de direction presque instantanément, ce qui a conduit des chercheurs à supposer que des phénomènes électromagnétiques ou même des « transmissions de pensées » étaient impliqués. D'autres ont pensé que les mouvements de convection de l'air créés par le déplacement du groupe permettaient aux oiseaux de se guider.

En réalité, ce comportement a une autre explication, toute aussi étonnante : il s'agit d'un comportement de groupe ; en effet, certains comportements ne sont pas liés à un seul oiseau, mais plutôt au collectif. Il n'y a pas de leader, pas de contrôle supérieur.



Vol d'étourneaux, anonyme.

Les mouvements sont déterminés par des décisions instantanées suivant des règles simples en réponse aux interactions entre individus.

Les observations prouvent en effet qu'il n'y a pas d'oiseau-leader (ou du moins pas plus de quelques secondes), car différents individus se retrouveront à l'avant de la bande à chaque fois que celle-ci changera de direction.

Source : http://www.ornithomedia.com/pratique/debuter/debut_art47_r.htm



Pyramide humaine, anonyme.

« Étreinte footballistique », anonyme.

Flash Mob, anonyme.



Vidéogramme du spectacle *Kontakthof* de Pina Baush, 2009.



Stephen Dean, *Volta*, 2003, vidéo.
Collection du MAC/VAL.

Celebration (Cyprus Street) est un film 35 mm qui montre, en un plan séquence, une *street fair*, véritable tradition de l'East End londonien. S'inspirant des témoignages et des photographies prises lors des manifestations du siècle dernier, Melanie Manchot organise, au début de l'année 2010, de nouvelles festivités en collaboration étroite avec la communauté résidant à Cyprus Street.



Andreas Gursky, *May Day IV*, 2000 (détail).



Melanie Manchot, *Celebration (Cyprus Street)*, 2010. © Commissioned by Film and Video Umbrella, Londres.

LE CAS PARTICULIER DE L'ANNIVERSAIRE

Que ce soit en privé ou au contraire à travers les réseaux sociaux mondialisés, l'anniversaire de naissance revêt aujourd'hui un caractère d'obligation, a fortiori, l'ampleur de sa célébration serait proportionnelle à l'importance de la place de l'individu au sein de la communauté. Cette célébration est pourtant récente. Au Moyen-Âge, on fête le jour du saint dont on porte le nom. Ce sont les protestants qui, au XVII^e siècle, marquèrent les anniversaires de naissance. En France, il commence à être fêté un siècle plus tard, au XVIII^e siècle, lors de la reconnaissance du moi et la valorisation de l'individu. À cette période succédera celle de l'industrialisation et la célébration de la marchandise.



—
Anne Brégeaut, *Anniversaire*, 2006. Courtesy
Semiose galerie, Paris.

L'anniversaire, parce qu'il combine le temps de la fête, avec la commémoration de la naissance et la célébration du vieillissement comme moyen de durer, est une forme de résistance contre la mort.

Anne Brégeaut, in *Let's Dance*, cat. exp, MAC/VAL, 2010.

L'INDIVIDU

Le rite d'anniversaire, rite ancien, datant de l'Antiquité, prend dans la période contemporaine, qu'elle soit qualifiée de modernité tardive ou de deuxième modernité, une force et une importance inédite qui soulignent l'évolution du statut de l'enfant. Ceci s'opère à partir d'une série de déplacements, car un rite ne se réinvente pas, ne se crée pas ex nihilo, il puise dans un stock de références sociales, ainsi que l'explique Lévi-Strauss à propos du rite de Noël, et propose un réarrangement de formes en partie déjà existantes.

Deux principaux renversements marquent cette évolution :

Premièrement, on passe en France de la célébration de l'appartenance à un groupe – ce que représentait la fête patronale du saint sous l'égide de l'église catholique – à la célébration de l'individu plus spécifique des pays d'origine protestante.

Deuxièmement, l'anniversaire ne célèbre plus tant l'ancien de la famille que l'enfant. Au siècle dernier, c'est l'ancien qui était célébré, ainsi que l'historien Vincent Gendron montre la place centrale occupée par les grands-parents, c'est principalement autour d'eux qu'était organisé le cérémonial familial de l'anniversaire.

[...]

L'anniversaire est un rite fortement ancré dans nos sociétés occidentales. Il implique évidemment que l'on connaisse sa date de naissance – ce qui n'est pas toujours le cas dans certaines sociétés africaines, où parfois seuls les gens riches et cultivés en ont connaissance, ce qui a pour conséquence que fêter son anniversaire puisse devenir une marque de distinction sociale.

L'importance du rituel est capitale dans la vie du sujet. Les rôles et les fonctions du rite célébrant l'anniversaire sont multiples. Il s'agit d'abord d'un rite de confirmation : on célèbre l'heureux élu avec déférence. Il s'agit là d'une ratification qui est un rite de réassurance.

Ensuite il s'agit aussi d'un rite de passage, particulièrement solennel lors des grandes dates d'une vie échelonnée suivant l'arithmétique des années : les 18 ans, les 50 ans, les 80 ans, etc.

Alain Montandon, « L'anniversaire dans les traités de savoir-vivre », in *L'Anniversaire*, Presse Universitaires Blaise-Pascal, 2008.

LA MARQUE

L'importance accordée par notre société à la fête et particulièrement à l'anniversaire n'a pas échappé aux publicitaires. Sa capacité à rassembler et à distinguer dans un même temps des individus, en fait un outil de marketing très efficace. Célébrée, la marque est personnifiée, elle acquiert un caractère, voire une histoire mythique.

Lu sur une étiquette de vêtement de la marque MEXX :

Voici une célébration de notre marque, notre histoire et notre philosophie. Certaines personnes croient que pour bâtir le succès d'une marque, il s'agit simplement d'avoir une bonne idée. Dans les faits, il s'agit d'un défi constant. Il faut s'assurer d'avoir une logistique efficace en place et de créer un environnement de boutiques invitant. Depuis plus de vingt ans nous offrons un style de vie qui représente la liberté et l'ouverture d'esprit, l'optimisme, le non-conformisme, l'inspiration et le plaisir. Comme toute belle histoire d'amour, tout commença par un baiser.

Barbara B. Stein, professeur au département marketing de l'université de Rutgers, a mis en évidence l'influence croissante dans le marketing des formes littéraires comme la ballade, l'épopée, les métaphores, l'ironie : « Ce qu'est réellement le marketing des marques (branding), affirme-t-elle, c'est une histoire attachée à un produit. Lorsque vous avez un produit qui est identique à un autre produit, il y a différents moyens de le concurrencer. Soit – et c'est la solution stupide – on baisse le prix. Soit on change la valeur du produit en racontant son histoire.

[...]

L'idée d'être envahi de choses sentimentales n'est pas forcément réjouissante, surtout si ces choses sentimentales sont des formes réifiées de la société marchande, une perspective qui rejoint l'analyse de Georges Lewi, professeur à HEC, lequel légitimait ainsi en 1998 l'enfermement de nos contemporains dans l'univers mythique

**Cinq marques fêtent
un anniversaire
en 2002**



Sources : «Les Echos» *réseau de franchisés

de la marchandise: « Les consommateurs d'aujourd'hui ont autant besoin de croire en leurs marques que les Grecs dans leurs mythes. »

Établissant un parallèle entre marques et mythes, il affirmait que la saga Microsoft fonctionnait suivant les mêmes ressorts que le mythe d'Apollon. Le mythe d'Intel relèverait d'un miracle dionysien, tandis que Bouygues présenterait des affinités avec Héphestos...

[...] Trois temps scanderaient, selon lui, le cycle de vie d'une marque: au temps de l'héroïsme, la marque s'impose par sa différence; au temps de la sagesse, elle obtient la confiance; et, au temps du mythe, elle acquiert une conscience.

Christian Salmon, *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, La Découverte, 2008, pp. 36-41.

Pour ses cinquante ans, la Mini s'invite à la FIAC

Du 22 au 25 octobre, MINI met en scène ses 50 ans à l'occasion de la 36e édition de la Foire internationale d'art contemporain, événement phare de la vie artistique internationale.

Par Ava Eschwege, 19/10/2009

Aubade fête sa 100e leçon de séduction

Pour célébrer sa centième leçon de séduction, Aubade a imaginé une soirée spéciale, une sérigraphie, un concept book collector ainsi qu'une collection dédiée.

Par Aurélie Charpentier, 03/09/2009

Club Med Gym fête ses 30 ans sur un air de Zumba

Pour son anniversaire, le Club Med Gym a choisi de faire bouger tous les Parisiens.

La Zumba sera à l'honneur dès la rentrée.

Marketing Magazine, n° 133, septembre 2009

Danone met les petits pots dans les grands

Pour ses 90 ans, la marque de produits laitiers lance une gamme de yaourts, une campagne

de publicité, ainsi qu'une maison éphémère. En remettant son histoire à l'honneur, Danone entend défendre sa place en linéaires.

Marketing Magazine, n° 132, juin 2009

Adidas fête ses 60 ans

Pour marquer le coup, Adidas dévoile la plus grande campagne promotionnelle mondiale jamais réalisée pour Adidas Originals sous le slogan Celebrate.

Par Béatrice Heraud, 09/02/2009, source : e-marketing.fr

Les entreprises n'ont jamais autant mis en avant leur ancienneté, afin de rassurer les consommateurs sur leur savoir-faire ou de se donner un nouveau souffle. Le principe fonctionne à condition d'être resté moderne.

Cet automne, les marques nous offrent à moindres frais une plongée dans l'histoire. De l'alimentaire à la cosmétique, des produits industriels à l'édition, elles sont nombreuses à fêter leur anniversaire. « C'est l'occasion de créer un temps fort de communication, d'affirmer sa légitimité et son savoir-faire comme spécialiste de sa catégorie, explique Françoise Bonnal, présidente de Brand & Business, filiale de DDB spécialisée dans le conseil en stratégie de marque. L'anniversaire permet aussi de se distinguer par rapport aux marques des distributeurs. Enfin, c'est l'opportunité de donner du souffle à un positionnement, comme l'a fait Malabar pour son film anniversaire en emmenant des enfants sur le terrain des grandes causes écologiques à travers une sensibilisation aux problèmes de la forêt amazonienne. »

S'y ajoute la nécessité de rassurer les clients par leur expérience et de créer une connivence. « Beaucoup de consommateurs expriment un besoin de repères.

Une marque qui a traversé les générations, qui est susceptible d'avoir été utilisée par un arrière-grand-père, donne confiance, par opposition au passage des modes, à l'éphémère », souligne Éric Soleillant, directeur du planning stratégique à l'agence de publicité McCann-Erickson.

« Les marques célèbrent leur anniversaire en grande pompe », in *Les Échos*, n° 18781, 14 novembre 2002, p. 43.

VANITÉS : LE TEMPS QUI PASSE

Apparue au XVII^e siècle, la Vanité a connu un succès considérable qui l'a imposé comme l'un des genres de la peinture. Inscrite dans la tradition de la nature morte, son héritage se magnifie dans l'attachement à ce motif, manifesté par les artistes du XX^e siècle, de Picasso à Damien Hirst.

Les « vanités » sont des compositions où l'on rencontre le plus fréquemment des symboles du temps et de la brièveté de la vie, de la mort et de la résurrection: sablier, crâne, fleurs [...].

Chaque tableau présente souvent la majorité des idées constructrices: le temps qui passe, la mort et la résurrection, la vie brève, la vanité des biens terrestres. [...] Le thème de la fragilité humaine est partout présent. Il est parfois l'objet d'une attention particulière. On le rencontre dans les œuvres de construction simple où ne figurent que quelques symboles liés à la notion du temps et de l'éphémère: la bulle, la fumée, le sablier.

Alain Tapié, *Vanités, Mort que me veux-tu ?* La Martinière, Paris, 2004.

Toutes les façons de dire le temps qui passe

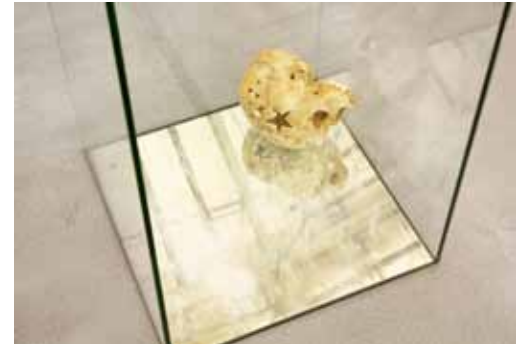
Pieter Claesz, *Vanité-nature morte*, 1656.

Douglas Gordon, *Forty-One*, 2007.

Marylène Negro, *Candle in the wind*, 2008.

Mark Wallinger, *Still Life (The Black Vase #2)*, 2008.

Saådane Affif, *Everyday (Le Parisien)*, 2008.



Chaque année, pour célébrer son anniversaire, Douglas Gordon poinçonne un crâne humain du nombre d'étoiles correspondant à son âge.

Une bougie qui brûle éternellement sans jamais se consumer. Ce film muet de Marylène Negro réalisé à partir d'images fixes fait référence à une chanson d'Elton John composée en hommage à Marilyn Monroe en 1973 et réactualisée à la mort de Lady Diana en 1997.

Traditionnellement, le motif de la fleur représente le caractère transitoire de la vie humaine. Mais sur les tombes de cimetière ou dans les salles de séminaire, la fleur artificielle est préférée pour ses qualités de résistance au pourrissement. Avec ironie, Mark Wallinger fait se rencontrer la symbolique chrétienne et le séminaire d'entreprise.

Everyday est une sculpture qui se réalise pendant la durée d'une exposition. Jour après jour un quotidien est déposé sur le précédent. L'œuvre fonctionne à la fois comme un calendrier géant et comme un sablier de papier. Le recouvrement d'une actualité par une autre renvoie à la vanité des activités humaines. Cette matérialisation du temps qui passe, sous la forme d'un objet si fragile, se lit aussi comme un *memento mori*.

VANITÉ CONTEMPORAINE : UN DÉSESPOIR DRÔLE ?

Sur un registre de prime abord humoristique, l'installation de Gilles Barbier propose un miroir où la condition humaine est bien mise en face de la vanité du savoir aussi bien que du divertissement. La drôlerie se fait acide et les renvois à la corruption de la chair sont nombreux.

La Vanité est la mise en forme visuelle d'un conflit entre la vie et la mort, l'infini et le fini, la permanence et la déchéance. Mais, au-delà de cette dualité, elle est aussi l'incarnation de « l'esprit de contradiction », au sens où l'on entend couramment l'opposition au cours tranquille des choses. Là où l'homme peut s'adonner aux délices, elle fait entendre l'annonce de la punition ; la réjouissance face à la luxuriance de la nature et des biens est contredite par l'esprit chagrin qui en fustige la fugacité. La Vanité comique, en s'adjoignant le bras armé du grotesque et de l'impertinence, offre à l'esprit de contradiction le pouvoir de corrosion propre à l'humour. Quand la Vanité fait traditionnellement entendre un discours moral, la Vanité comique relève plutôt d'une subversion réactive et généralisée. Dans notre monde sécularisé, la Vanité sera le support d'une mélancolie souvent nostalgique, tandis que la Vanité comique sera l'opérateur d'une révolte existentielle. Dans la lignée de Rimbaud, de Jarry ou de Lautréamont, de Beckett ou de Kafka, les artistes contemporains que j'ai cités sont tous, par-delà des modalités d'expression et des engagements philosophiques différents, mus par une pensée du doute, de la relativité, mais aussi du refus et de la résistance. Le rire est alors un outil d'interpellation du spectateur, qui peut prendre des formes diverses, depuis la dérision douce et édifiante jusqu'aux profondeurs plus désespérées de l'humour noir.

Catherine Grenier, « Les vanités comiques », in *Les vanités dans l'art contemporain*, dir. Anne-Marie Charbonneaux, Flammarion, 2005, p. 88.



Gilles Barbier, *L'ivrogne*, 1999-2000.
Collection du MAC/VAL.

