

Culture et société



tags

L'un des stéréotypes urbains sur lesquels le Musée d'ethnographie de Neuchâtel nous invite à poser, peut-être, un regard.

(sp)

30/06/2008

ethnographie

Les objets de rébellion «purifiés» passent des magasins au musée

Jusqu'au 1er mars 2009, le Musée d'ethnographie de Neuchâtel montre «La marque jeune». L'exposition interroge le rapport entre jeunesse contestataire et consommation, entre sentiment d'insécurité et discours des médias.

Abribus fracassé, tags, panier de basket ou voiture incendiée: «On retrouve dans cette salle tous les stéréotypes urbains», explique Marc-Olivier Gonseth, conservateur du Musée d'ethnographie de Neuchâtel (MEN). Avec ses deux adjoints, Yann Laville et Grégoire Mayor, il apposait samedi «La marque jeune» sur l'institution. «Au départ de cette exposition, nous ressentions un peu d'agacement face à la manière dont le thème de la violence des jeunes est traité.»

Pour s'interroger sur ce tableau d'une société désarmée face à sa jeunesse, l'équipe du MEN traque les clichés. Dans ce même espace nommé «Le salaire de la peur», on trouve un «sofa pour ado glandeur». Et dans sa table de nuit, on découvre le matériel nécessaire au piercing. A chaque élément, un système d'explication, à plusieurs niveaux, avec une gradation des discours.

Subitement, par un effet scénographique étonnant, on se retrouve à faire ses emplettes dans un «guérilla store». Là où la révolte est purifiée, là où aucune attitude rebelle n'échappe au marché. Dans les rayons, on déniché les classiques t-shirts «banlieues». Grégoire Mayor raconte que dans la boutique lausannoise où il a fait ses achats pour le musée, il a trouvé un vêtement «rebelle» destiné à un enfant de dix ans, joliment décoré d'un impact de balle...

Argus Ref 31816323

Sur les étagères, on trouvera des modèles réduits de voitures incendiées, un guide de la guérilla urbaine ou, au chapitre des accessoires de mode, le retour du Keffieh. L'étiquette précise: «garanti Arafat Style». Il s'agit certes du degré zéro de la récupération, «mais les ethnologues se doivent d'observer cette digestion par la société et cette appropriation dans la vie courante de signes qui font évoluer le monde», note Yann Laville. Des caméras de surveillance à la tenue robocop, des armes ergonomiques au taser, le choix est vaste. On peut même y louer un «agent d'insécurité»!

Au tout début de l'exposition, une montée à l'alpage mène à «l'âge d'or». Dans ce lieu mythique où la jeunesse serait encadrée, le passage par «l'état de jeune» se fait selon des rites précis. Souvenir d'école de recrues, chef-d'œuvre de fin d'apprentissage ou fanfare rythment l'existence paisible. On pénètre ensuite dans le salon, calme a priori. Mais «péril en la demeure» il y a, la peur arrive de l'extérieur. Par le biais de la télévision bien sûr, mais aussi par les magazines. Ce qu'Olivier Guéniat, chef de la sûreté à la police cantonale neuchâteloise, et qui a collaboré à l'exposition, nomme l'insécurité subjective.

Pour mieux comprendre que les mêmes peurs reviennent depuis cinquante ans, les ethnologues ont décrypté la manière dont les médias parlent des jeunes. Grégoire Mayor a puisé dans les archives de la Télévision suisse romande pour constater que drogue, violence et sexualité sont des thèmes récurrents liés à la jeunesse. Là aussi, le titre de cet espace: «comme un disque rayé» dit tout du discours. A noter que le brouhaha apparent qui règne dans la pièce s'efface dès que l'on se trouve sous la «douche sonore».

Le MEN est parti de l'hypothèse que la révolte ne mène pas au chaos, mais devient un moteur dans l'économie de marché. Une assertion à pister tout au long d'un parcours ludique. / JLW
Neuchâtel, Musée d'ethnographie, jusqu'au 1er mars 2009. www.men.ch

jean-luc wenger

«Mais qui cadre le cadre?»

Il y avait foule samedi après-midi dans les jardins du Musée d'ethnographie pour la partie officielle. Si les orateurs se sont exprimés en plein soleil, le public cherchait l'ombre. Françoise Jeanneret, conseillère communale de la ville de Neuchâtel en charge de la Culture, a rappelé qu'en Suisse, 70% de la population vit dans les villes. Là où «La marque jeune» est la plus manifeste. Elle estime cette exposition nécessaire aussi «pour mieux comprendre la récupération politique».

Pour Ellen Hertz, doyenne de l'institut d'ethnologie de l'Université de Neuchâtel, il s'agit d'aller au-delà de la phrase clé si souvent entendue: «Les jeunes ont besoin d'un cadre». Selon elle, la vraie question devrait se poser ainsi: «Mais qui cadre le cadre?» Le conservateur Marc-Olivier Gonseth s'est réjoui de cette troisième exposition depuis mars 2006, soit depuis l'arrivée de la nouvelle équipe. Une soixantaine de personnes ont travaillé sur «La marque jeune».

Pour les habitués du musée, la surprise les attend sous les toits. La black box a été «déshabillée». «Un exercice salutaire qui nous a permis de nous débarrasser de matériaux divers accumulés au fil des années». / jlw

ETHNOGRAPHIE

Les objets de rébellion «purifiés» passent des magasins au musée

Jusqu'au 1er mars 2009, le Musée d'ethnographie de Neuchâtel montre «La marque jeune». L'exposition interroge le rapport entre jeunesse contestataire et consommation, entre sentiment d'insécurité et discours des médias.

JEAN-LUC WENGER

A bribus fracassé, tags, panier de basket ou voiture incendiée: «On retrouve dans cette salle tous les stéréotypes urbains», explique Marc-Olivier Gonseth, conservateur du Musée d'ethnographie de Neuchâtel (MEN). Avec ses deux adjoints, Yann Laville et Grégoire Mayor, il apposait samedi «La marque jeune» sur l'institution. «Au départ de cette exposition, nous ressentions un peu d'agacement face à la manière dont le thème de la violence des jeunes est traité.»

Pour s'interroger sur ce tableau d'une société désarmée face à sa jeunesse, l'équipe du MEN traque les clichés. Dans ce même espace nommé «Le salaire de la peur», on trouve un «sofa pour ado glandeur». Et dans sa table de nuit, on découvre le matériel nécessaire au piercing. A chaque élément, un système d'explication, à plusieurs niveaux, avec une gradation des discours.

Subitement, par un effet scénographique étonnant, on se re-

trouve à faire ses emplettes dans un «guérilla store». Là où la révolte est purifiée, là où aucune attitude rebelle n'échappe au marché. Dans les rayons, on déniche les classiques t-shirts «banlieues». Grégoire Mayor raconte que dans la boutique lausannoise où il a fait ses achats pour le musée, il a trouvé un vêtement «rebelle» destiné à un enfant de dix ans, joliment décoré d'un impact de balle...

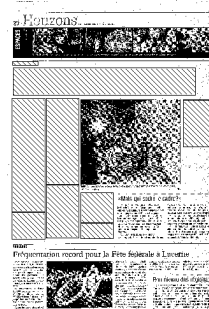
Sur les étagères, on trouvera des modèles réduits de voitures incendiées, un guide de la guérilla urbaine ou, au chapitre des accessoires de mode, le retour du Keffieh. L'étiquette précise: «garanti Arafat Style». Il s'agit certes du degré zéro de la récupération, «mais les ethnologues se doivent d'observer cette digestion par la société et cette appropriation dans la vie courante de signes qui font évoluer le monde», note Yann Laville. Des caméras de surveillance à la tenue robocop, des armes ergonomiques au taser, le choix est vaste. On peut même y louer un «agent d'insécurité»!

Au tout début de l'exposition, une montée à l'alpage mène à «l'âge d'or». Dans ce lieu mythique où la jeunesse serait encadrée, le passage par «l'état de jeune» se fait selon des rites précis. Souvenir d'école de recrues, chef-d'œuvre de fin d'apprentissage ou fanfare rythment l'existence paisible. On pénètre en-

suite dans le salon, calme a priori. Mais «péril en la demeure» il y a, la peur arrive de l'extérieur. Par le biais de la télévision bien sûr, mais aussi par les magazines. Ce qu'Olivier Guéniat, chef de la sûreté à la police cantonale neuchâteloise, et qui a collaboré à l'exposition, nomme l'insécurité subjective.

Pour mieux comprendre que les mêmes peurs reviennent depuis cinquante ans, les ethnologues ont décrypté la manière dont les médias parlent des jeunes. Grégoire Mayor a puisé dans les archives de la Télévision suisse romande pour constater que drogue, violence et sexualité sont des thèmes récurrents liés à la jeunesse. Là aussi, le titre de cet espace: «comme un disque rayé» dit tout du discours. A noter que le brouhaha apparent qui règne dans la pièce s'efface dès que l'on se trouve sous la «douce sonore».

Le MEN est parti de l'hypothèse que la révolte ne mène pas au chaos, mais devient un moteur dans l'économie de marché.



Une assertion à pister tout au long d'un parcours ludique. /JLW

Neuchâtel, Musée d'ethnographie, jusqu'au 1er mars 2009. www.men.ch

«Quand les supermarchés Leclerc pastichent un slogan de Mai 1968, on peut trouver cela lamentable, mais on ne peut pas nier son existence.»

Yann Laville

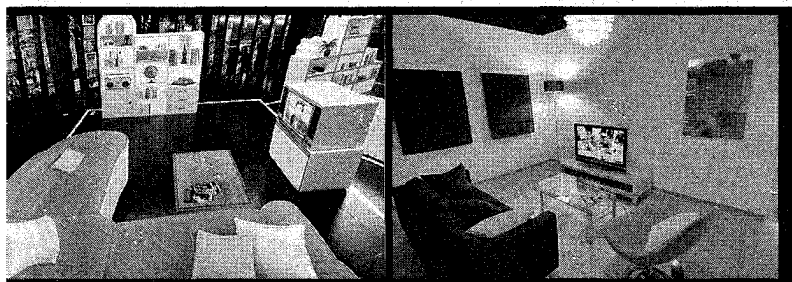
«Mais qui cadre le cadre?»

Il y avait foule samedi après-midi dans les jardins du Musée d'ethnographie pour la partie officielle. Si les orateurs se sont exprimés en plein soleil, le public cherchait l'ombre. Françoise Jeanneret, conseillère communale de la ville de Neuchâtel en charge de la Culture, a rappelé qu'en Suisse, 70% de la population vit dans les villes. Là où «La marque jeune» est la plus manifeste. Elle estime cette exposition nécessaire aussi «pour mieux comprendre la récupération politique».

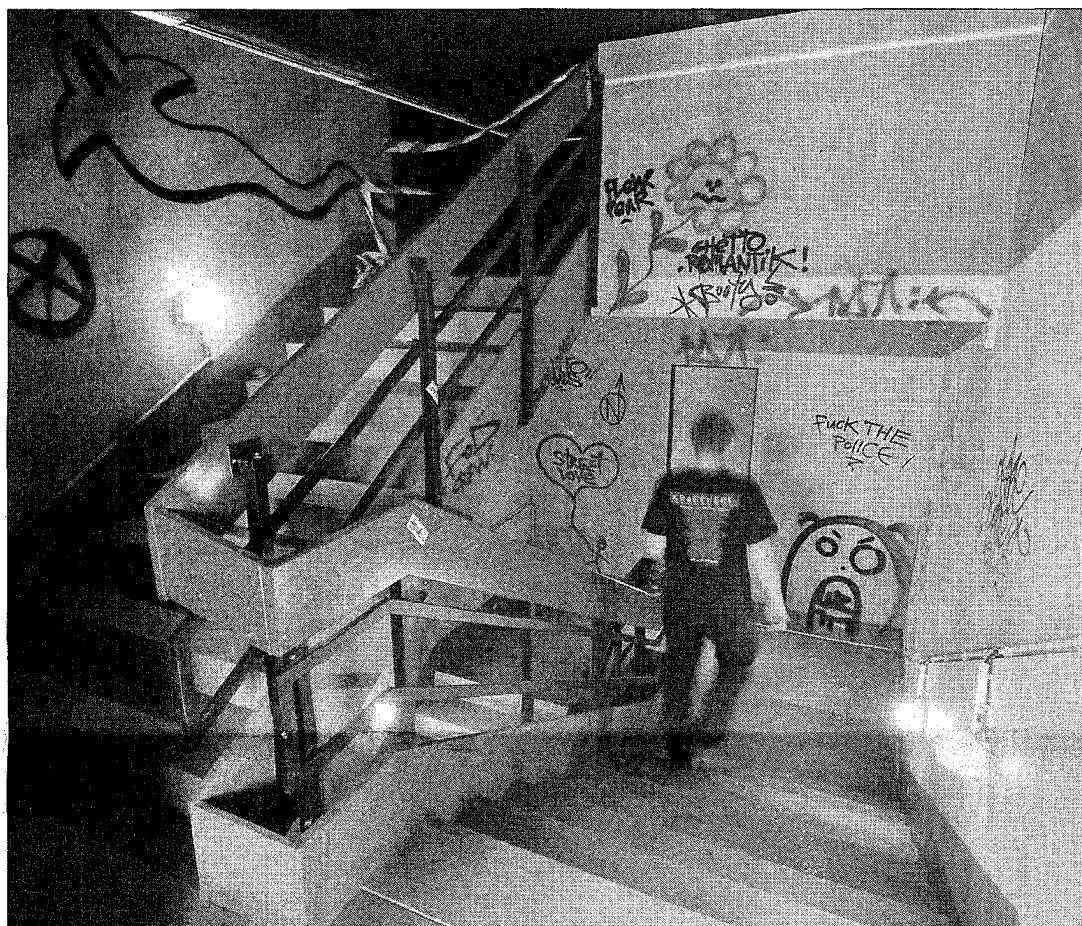
Pour Ellen Hertz, doyenne de l'institut d'ethnologie de l'Université de Neuchâtel, il s'agit d'aller au-delà de la phrase clé si souvent entendue: «Les jeunes ont besoin d'un cadre». Selon elle, la vraie question devrait se poser ainsi: «Mais qui cadre le cadre?» Le conservateur Marc-Olivier Gonseth s'est réjoui de cette troisième exposition depuis mars 2006, soit depuis l'arrivée de la nouvelle équipe. Une soixantaine de personnes ont travaillé sur «La marque jeune».

Pour les habitués du musée, la surprise les attend sous les toits. La black box a été «déshabillée». «Un exercice salutaire qui nous a permis de nous débarrasser de matériaux divers accumulés au fil des années». /jlw





AU FIL DE L'EXPO Une montée à l'aipage, puis on sera invité au salon, calme en apparence. Et s'il y avait péril en la demeure, via, peut-être, le poste de télévision?



TAGS L'un des stéréotypes urbains sur lesquels le Musée d'ethnographie de Neuchâtel nous invite à poser, peut-être, un regard.

(SP)

Un regard transdisciplinaire et futuriste

Créer des liens avec d'autres partenaires est devenu une spécialité du NIFFF. Dès ses premiers pas, il s'est allié à La Maison d'Ailleurs, sise à Yverdon. Et à son directeur Patrick Gyger, un homme qui parcourt allègrement politique-fiction, littérature de science fiction, graphisme, illustration...

Dotée de la même agilité d'esprit, Anaïs Emery se réjouit du prometteur Symposium Imaging the Future (ITF), qui réunira artistes, philosophes, écrivains, concepteurs et anthropologues au Théâtre du passage. Mercredi et jeudi, il y sera question de l'imagerie digitale sous toutes ses formes.

Le NIFFF entend devenir un endroit où la virtualité est évoquée de façon pluridisciplinaire

et transversale. «Avec le Musée d'ethnographie de Neuchâtel, nous avons été

épaulés par un très précieux partenaire, qui, comme nous, se demande quelles sont les conséquences sociales des mondes virtuels dans notre vie», souligne Anaïs Emery.

Depuis que le troisième élément de la virtualité se banalise et que l'on a même tendance à se distancer de nous-mêmes en se créant une deuxième vie dans un monde imaginaire, l'écart entre réalité et fiction s'amenuise. Selon la directrice artistique, «le fantastique résonne d'autant plus avec le quotidien des gens».

Dans l'idée d'étoffer cette réflexion, le NIFFF présentera mercredi soir dans le même lieu le concept allemand d'animago. Un prix qui consacre la création digitale dans ses aspects les plus divers. M^{me} Emery anticipe «Nous lancerons la version suisse d'animago dès 2009.»

A noter que le foyer du théâtre exposera des designers suisses établis à Hollywood, et qui, tous, sondent l'univers du fantastique. Et que le Centre d'Art Neuchâtel (CAN) s'associe au NIFFF. Entre autres, l'exposition «When fears become form» montre comment les artistes citent le cinéma populaire et hollywoodien. ISI

ITF, 2-3 juillet, Théâtre du passage, Neuchâtel. Infos: www.imagingthefuture.ch
 Entrée libre, réservations recommandées: info@imagingthefuture.ch



ETHNOGRAPHIE

Tags et rébellion au musée



Faut-il craindre les jeunes? Le sentiment d'insécurité est-il justifié? Intitulée «La marque jeune», la nouvelle exposition du Musée d'ethnographie de Neuchâtel dresse le

tableau d'une société désarmée face à la rébellion de sa jeunesse. Jusqu'au 1er mars 2009, de quoi réviser quelques clichés..



Argus Ref 31763144

ETHNOGRAPHIE

Les objets de rébellion «purifiés» passent des magasins au musée

Jusqu'au 1er mars 2009, le Musée d'ethnographie de Neuchâtel montre «La marque jeune». L'exposition interroge le rapport entre jeunesse contestataire et consommation, entre sentiment d'insécurité et discours des médias.

«Quand les supermarchés Leclerc pastichent un slogan de Mai 1968, on peut trouver cela lamentable, mais on ne peut pas nier son existence»

Yann Laville

JEAN-LUC WENGER

Abribus fracassé, tags, panier de basket ou voiture incendiée: «On retrouve dans cette salle tous les stéréotypes urbains», explique Marc-Olivier Gonseth, conservateur du Musée d'ethnographie de Neuchâtel (MEN). Avec ses deux adjoints, Yann Laville et Grégoire Mayor, il apposait samedi «La marque jeune» sur l'institution. «Au départ de cette exposition, nous ressentions un peu d'agacement face à la ma-

nière dont le thème de la violence des jeunes est traité.»

Pour s'interroger sur ce tableau d'une société désarmée face à sa jeunesse, l'équipe du MEN traque les clichés. Dans ce même espace nommé «Le salaire de la peur», on trouve un «sofa pour ado glandeur». Et dans sa table de nuit, on découvre le matériel nécessaire au piercing. A chaque élément, un système d'explication, à plusieurs niveaux, avec une gradation des discours.

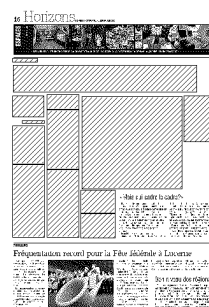
Subitement, par un effet scénographique étonnant, on se retrouve à faire ses emplettes dans un «guérilla store». Là où la révolte est purifiée, là où aucune attitude rebelle n'échappe au marché. Dans les rayons, on déniche les classiques t-shirts «banlieues». Grégoire Mayor raconte que dans la boutique lausannoise où il a fait ses achats pour le musée, il a trouvé un vê-

tement «rebelle» destiné à un enfant de dix ans, joliment décoré d'un impact de balle...

Sur les étalages, on trouvera des modèles réduits de voitures

incendiées, un guide de la guérilla urbaine ou, au chapitre des accessoires de mode, le retour du Keffieh. L'étiquette précise: «garanti Arafat Style». Il s'agit certes du degré zéro de la récupération, «mais les ethnologues se doivent d'observer cette digestion par la société et cette appropriation dans la vie courante de signes qui font évoluer le monde», note Yann Laville. Des caméras de surveillance à la tenue robocop, des armes ergonomiques au taser, le choix est vaste. On peut même y louer un «agent d'insécurité»!

Au tout début de l'exposition, une montée à l'alpage mène à «l'âge d'or». Dans ce lieu mythique où la jeunesse serait encadrée, le passage par «l'état de



jeune» se fait selon des rites précis. Souvenir d'école de recrues, chef-d'œuvre de fin d'apprentissage ou fanfare rythment l'existence paisible. On pénètre ensuite dans le salon, calme a priori. Mais «péril en la demeure» il y a, la peur arrive de l'extérieur. Par le biais de la télévision bien sûr, mais aussi par les magazines. Ce qu'Olivier Guéniat, chef de la sûreté à la police cantonale neuchâteloise, et qui a collaboré à l'exposition, nomme l'insécurité subjective.

Pour mieux comprendre que les mêmes peurs reviennent depuis cinquante ans, les ethnologues ont décrypté la manière dont les médias parlent des jeunes. Grégoire Mayor a puisé dans les archives de la Télévision suisse romande pour constater que drogue, violence et sexualité sont des thèmes récurrents liés à la jeunesse. Là aussi, le titre de cet espace: «comme un disque rayé» dit tout du discours. A noter que le brouhaha apparent qui règne dans la pièce s'efface dès que l'on se trouve sous la «douche sonore».

Le MEN est parti de l'hypo-

thèse que la révolte ne mène pas au chaos, mais devient un moteur dans l'économie de marché. Une assertion à pister tout au long d'un parcours ludique. /JLW

Neuchâtel, Musée d'ethnographie,
 jusqu'au 1er mars 2009. www.men.ch



TADS L'un des scénographies créées sur lesquels le Musée d'ethnographie de Neuchâtel nous invite à poser, peut-être, un regard.

«Mais qui cadre le cadre?»

Il y avait foule samedi après-midi dans les jardins du Musée d'ethnographie pour la partie officielle. Si les orateurs se sont exprimés en plein soleil, le public cherchait l'ombre. Françoise Jeanneret, conseillère communale de la ville de Neuchâtel en charge de la Culture, a rappelé qu'en Suisse, 70% de la population vit dans les villes. Là où «La marque jeune» est la plus manifeste. Elle estime cette exposition nécessaire aussi «pour mieux comprendre la récupération politique».

Pour Ellen Hertz, doyenne de l'institut d'ethnologie de l'Université de Neuchâtel, il s'agit d'aller au-delà de la phrase clé si souvent entendue: «Les jeunes ont besoin d'un cadre». Selon elle, la vraie question devrait se poser ainsi: «Mais qui cadre le cadre?» Le conservateur Marc-Olivier Gonseth s'est réjoui de cette troisième exposition depuis mars 2006, soit depuis l'arrivée de la nouvelle équipe. Une soixantaine de personnes ont travaillé sur «La marque jeune».

Pour les habitués du musée, la surprise les attend sous les toits. La black box a été «déshabillée». «Un exercice salutaire qui nous a permis de nous débarrasser de matériaux divers accumulés au fil des années». /jlw

Des ateliers de danse intégrative, contemporaine et classique pour compléter le festival

En complément du festival, quatre ateliers sont mis sur pied. BewegGrund propose de découvrir la danse intégrative, pour tout public. Tandis que les plus connaisseurs pourront bénéficier de l'enseignement d'Hideto Heshiki en danse contemporaine. Philippe Olza et James Jeon (photo) travailleront respectivement sur l'expression et la danse classique. /anc



Argus Ref 31765610

Teen city à la recherche de l'adolescence

Le refrain sur l'adolescence est connu: période entre l'enfance et l'âge adulte, entre innocence et responsabilité, elle fascine les adultes d'aujourd'hui. Cet intérêt se retrouve dans l'art, et la photographie en particulier, depuis plusieurs décennies. Après le travail des pionniers comme Larry Clark, une exposition sur le sujet était-elle nécessaire?

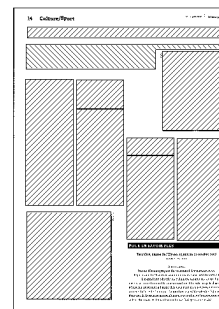
Qu'est-ce qu'un-e adolescent-e? Il n'existe aucun consensus autour de critères sociaux, psychiques ou biologiques qui permette de le définir. Et pourtant les adolescent-e-s forment un groupe social spécial dans notre société occidentale. Je ne proposerai pas de définition et préfère essayer de comprendre ce que la figure adolescente représente et comment cela transparait dans les travaux des différent-e-s artistes exposé-e-s au musée de l'Elysée jusqu'au 26 octobre 2008.

Dans l'ensemble, les œuvres exposées appartiennent à la toute dernière génération de photographes et se ressemblent donc par leurs grands formats couleurs et haute définition de l'image, qui donnent cette apparence si «réaliste», caractéristique des élèves de l'école contemporaine. Dans le cadre de la thématique en jeu, cela crée un effet bienvenu de perspective large et contextualise les sujets. Ainsi l'importance du milieu est-elle soulignée, car l'adolescent-e évolue et se construit par rapport à ses pairs et les limites imposées. La série de Raimond Wouda dans les espaces scolaires est une parfaite illustration de ce phénomène.

L'adolescence est un moment de construction iden-

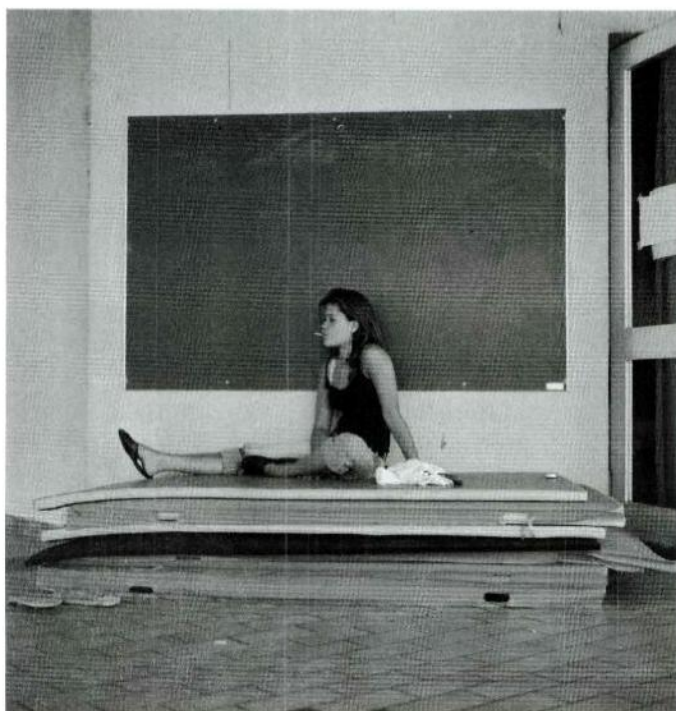
titaire où les oscillations entre volonté de se fondre dans la masse et s'en démarquer alternent. Les démarches présentées dans l'exposition sont à l'image de ces mouvements. Nous trouvons à la fois des portraits très intimes et «originaux» et à la fois des perspectives plus globales montrant l'anonymisation. Les expériences communes jouent un rôle primordial dans l'intégration à un groupe spécifique. Ainsi l'assignation violente à «son» sexe que chacune subit se retrouve dans plusieurs des travaux. Plusieurs artistes ont choisi de suivre et représenter un individu en particulier, à différents âges, dans plusieurs situations, essayant de capter le moment où l'adolescence se montre. Devons-nous y voir une tentative d'illustration du processus de construction personnelle, le particulier comme image de l'universel?

Mais d'où vient le trou-



ble des adultes au sujet de l'adolescence ? Il est quand même étonnant que cette période intrigue autant alors que chaque personne adulte l'a connue. Doit-on comprendre cet intérêt pour de la nostalgie ou est-on vraiment amnésique et impressionné-e par tant d'étrangeté ? La figure adolescente représenterait un univers de rêves et d'espoirs, où les responsabilités et les pressions de toutes sortes semblent inconnues. Comme si « avant » nous étions plus « nous », cherchons-nous notre être essentiel et non perverti par le vilain monde des adultes ? Ce qui est évidemment discutable, l'adolescent-e étant aux prises avec moult contraintes extérieures. Dans une société libérale où chaque individu est responsable de son destin, le rappel d'une figure consciente mais innocente, qui n'a pas encore incorporé tous les codes et toutes les normes exigées par un système capitaliste et patriarcal qui cherche à nous mettre au pas, jouerait-il un rôle libérateur et subversif ?

Réfléchir à cette période de vulnérabilité entre fiction et réalité permet d'interroger les circonstances qui ont forgé nos opinions et nos valeurs, tout en (re)mettant en question nos sentiments d'appartenances identitaires. Une exposition qui vous donne ainsi l'occasion d'examiner votre propre expérience en cherchant ce qu'il y a de « véritablement adulte » en vous.



Stéphanie Pache

POUR EN SAVOIR PLUS

Teen City, musée de l'Elysée, 15 juin au 28 octobre 2008
WWW.ELYSEE.CH

A voir aussi

Musée d'ethnographie de Neuchâtel, *La marque jeune*
Exposition du 28 juin 2008 au 1^{er} mars 2009 WWW.MEN.CH
L'exposition aborde les relations complexes entre la jeunesse, la contestation et la consommation. Elle interroge le discours d'insécurité actuel à l'aune des événements survenus depuis les années 1950. Elle souligne l'importance paradoxale des figures et des rites de la révolte non seulement sur le plan de la consommation culturelle mais également sur celui de l'intégration sociale.

show électronique

NEUCHÂTEL

Musée d'ethnographie

«MY [self]»,
par le collectif Cycle opérant.
Sa 22h

Vision electro du «moi» contemporain

A l'occasion du vernissage demain de «La marque jeune», nouvelle exposition du Musée d'ethnographie de Neuchâtel (MEN), le collectif électronique Cycle opérant (photo sp) présentera pour la première fois son nouveau show, «MY [self]».



Projet collectif alliant à nouveau musique électronique jouée en live, projections vidéo et performance scénique, «MY [self]» est une hasardeuse plongée dans les méandres de l'existence contemporaine. Entre révolte et consommation, entre jeunisme et récupération, un show tout à fait dans

l'air (un peu vicié) du temps, en cette année riche en flashback et autres relectures de la contestation soixante-huitarde.

Le dernier projet de Cycle opérant, «Burnout bureautique», a été joué sur la scène de Festi'neuch, mais aussi à Zurich, Winterthur, Genève et Lausanne. /comm

