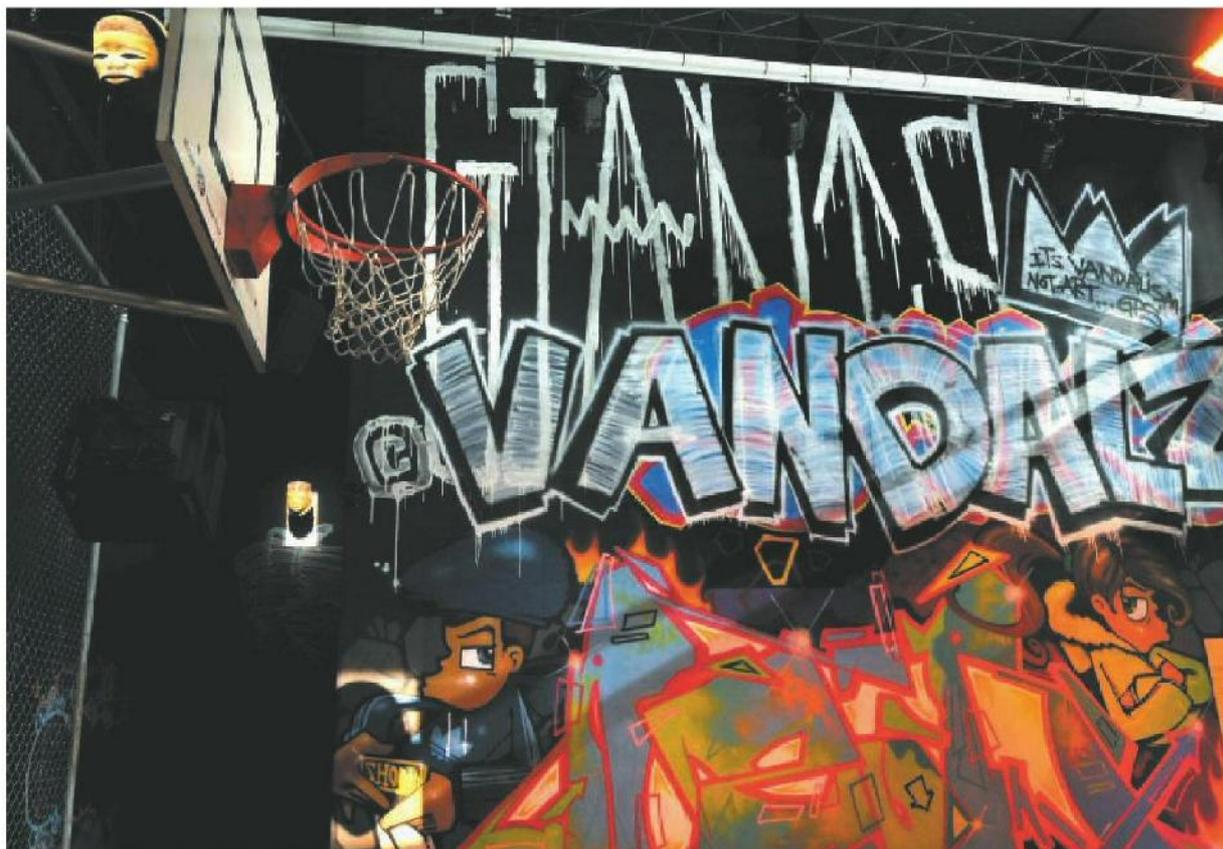


Malmenée, la jeunesse regagne ses lettres de noblesse



L'exposition *La marque jeune*, au Musée d'ethnographie de Neuchâtel, déconstruit les mythes et les préjugés à l'égard de la jeunesse. MEN-Photo Alain Germond



La jeunesse retrouve sa place d'honneur

EXPOSITION • *La nouvelle exposition temporaire du Musée d'ethnographie de Neuchâtel analyse et déconstruit avec brio les faux discours tenus à l'égard de la jeunesse.*

ISABELLE STUCKI

Pourquoi tant de médias affublent-ils systématiquement la jeunesse du vêtement de la violence? Intitulée *La marque jeune*, la nouvelle exposition du Musée d'ethnographie de Neuchâtel (MEN) braque les projecteurs sur «la complexité des relations qu'entretiennent révolte, jeunesse et consommation». Et déconstruit les représentations erronées que nombre d'adultes se font de leurs cadets. Par ici la visite!

La première station du parcours enserme le visiteur sur une place de village suisse. Un panneau invite les uns et les autres à diverses manifestations organisées par les sociétés locales. C'est l'âge d'or, ce temps magique où moult rites marquaient l'existence, assurant ainsi la cohésion sociale.

Un chapeau de Sainte-Catherine, un minuscule établi d'une exceptionnelle facture et ce verre, souvenir du service militaire, attestent la prise en charge de la sexualité, de la transmission du savoir et de la violence par des rites de passages structurants. En contrepoint, des objets initiatiques issus d'autres cultures insinuent que la jeunesse est une invention occidentale du siècle passé.

Le théâtre de la violence

L'apparente disparition de rituels aurait-elle brouillé l'ordre qui régnait dans la société? Afin de se protéger d'un danger pourtant inexistant, on se réfugie ensuite dans l'une des confortables maisons. La télé y diffuse images de rixes et autres virulentes manifs. Une bande passe en continu les textes alarmants des manchettes de journaux qui inondent les rues.

Nous sommes ici aux premières loges du théâtre de la violence au nom duquel les médias chantent en chœur la litanie de l'insécurité. Un théâtre racontant l'histoire d'une société qui aurait perdu ses valeurs, ses repères et dans laquelle les jeunes, gavés de films agressifs, sèmeraient le chaos. Un théâtre scénarisant si puissamment le spectacle du monde que l'on en oublie la relativité de nos perceptions.

La pièce suivante propose cinq «salons du temps». Ces derniers démontrent que la contestation juvénile et les émeutes à l'encontre du pouvoir ne sont pas l'apanage de notre époque. Punks, hippies, bikers, rockers: à chacun sa musique, ses signes de reconnaissance, ses comportements! Et sa rébellion!

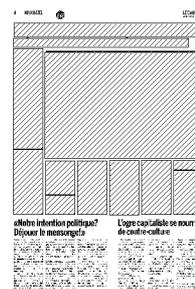
Descente aux enfers

Que cela soit en 1950 ou en

1990, la contre-culture émerge des marges, avant de se faire sermonner puis d'être banalisée. Et finalement socialement tolérée, estampillée, légitimée. Les indomptables reçoivent alors les honneurs, avant qu'une nouvelle vague d'entre eux ne sorte du bois pour passer dans le même entonnoir normalisateur.

Le trajet de l'exposition se poursuit par une descente «aux enfers». Les voilà, ces jeunes glandeurs, vandales, graffiteurs, casseurs, foireurs, skateurs, abrutis du jeu vidéo... Les journalistes qui alimentent les gazettes gratuites n'ont de cesse de stigmatiser les enfants terribles en pratiquant de pervers amalgames. Si bien que le fait divers se mute en phénomène de société!

Car les analyses perspicaces sont passées sous silence. Impossible de faire entendre que «nos» jeunes se portent bien. Qu'ils s'approprient leur corps, tout en amadouant les espaces



urbains. Que pour résister à un monde malade acquis à la logique du commerce, ils inventent de nouveaux rites et renouvellent les processus de socialisation. Et que leur révolte est un plutôt un signe de santé.

«Guérilla shop»

Brusquement, alors qu'il nage entre une carcasse de voiture brûlée et un mur tagué, le visiteur assiste à un spectaculaire retournement qu'annonce une salve d'applaudissements: le rideau s'ouvre sur un espace blanc, propre comme un sous neuf. Une fois purifiée, la révolte alimente largement l'économie.

Ici, le «guérilla shop» neutralise les icônes de la contre-culture pour les transformer en

produits de consommation. Là, le salon de la sécurité et du jeuisme témoigne de la vitalité du commerce en la matière. Des «caméras d'insécurité» consolident le salaire de la peur. Tandis qu'une galerie d'art vend les figurations des excommuniés de la chapelle sécuritaire.

Mais finalement quelle est donc cette jeunesse sur laquelle l'anathème est jeté? «La jeunesse n'est qu'un mot», répond le MEN. Un mot que chaque individu traverse en empruntant le chemin qui conduit à l'âge adulte. Un terme qui nous permet de nous inscrire dans une continuité, de notre naissance à notre mort, tout en tissant du lien avec nos pairs.

Une fascinante tête de reliquaire fang appuie le propos. Exposée dans une sorte de colonne, elle suggère l'axe vertical

de la transcendance. Autour d'elle, des figures de cadavres réalisées après le tremblement de terre de Mexico ritualisent cet événement. Comprenez qu'en adaptant des rites à notre monde, les jeunes rendent intelligible un insoutenable chaos. Et dynamisent la possibilité de relations intergénérationnelles. |

La marque jeune, du mardi au dimanche, 10h-17h. Gratuit le mercredi. A voir jusqu'au 1^{er} mars 2009. Musée d'ethnographie, 4, rue de Saint-Nicolas, Neuchâtel. Infos: ☎ 032 718 19 60 ou www.men.ch



En adaptant les rites à notre monde, les jeunes rendent intelligible le pire chaos. Et dynamisent la possibilité des relations intergénérationnelles. MEN-PHOTO ALAIN GERMOND

«Notre intention politique? Déjouer le mensonge!»

Visuellement forte, mettant au service du propos les objets d'ici autant que ceux d'ailleurs, *La marque jeune* est un plaidoyer en faveur de la jeunesse. Conservateur du Musée d'ethnographie de Neuchâtel (MEN), Marc-Olivier Gonseth le garantit: «Le musée prend la parole dans un moment où trop de choses fausses sont dites sur la jeunesse. Notre intention politique? Déjouer le mensonge!»

La marque jeune s'ancre dans plusieurs constats et souhaits. «Nous voulions parler de musique. Le 40^e anniversaire de Mai 68 nous a sidérés: le phénomène jeune était sur la sellette, mais rien n'était dit sur ce qui a précédé et suivi cette flambée», explique le conservateur.

Inquiété par «cette commémoration mortifère», il estime que la focalisation de l'attention sur ces trois mois de rébellion ressemble à un diktat éclipsant les révoltes actuelles. Alors qu'au contraire, elles constituent un flux perpétuel.

Le clip de propagande tourné à Bienne par l'UDC a lui aussi stimulé l'équipe. «Cette campagne politique instrumentalise la jeunesse. Et la transforme en un bouc émissaire responsable de violences qui, selon les statistiques, sont en baisse», remarque l'ethnologue. Certes, on jugule la violence. Mais elle rejaillit par les interstices avec un tonus qui engendre des «conduites à risque», selon l'anthropo-

logue David Le Breton. Une infime partie des jeunes se met en situation de vertige. Soit l'ordalie. Ou le jeu extrême avec le risque. «Les individus qui s'y adonnent ne cherchent pas la mort, mais le sens de la vie», certifie Marc-Olivier Gonseth.

Le conservateur complète: «Composée de personnes jeunes, l'équipe du MEN est lasse du discours médiatique ambiant qui accuse la jeunesse de tout et n'importe quoi.» De sorte que *La marque jeune* compte apporter de l'espoir à celles et ceux qui sont en quête de sens. Parce que «la pagaille actuelle en recèle bien peu». ISI

David Le Breton, *Conduites à risque*, PUF, 2002.



L'ogre capitaliste se nourrit de contre-culture

«Etre au plus proche de là où cela souffre», pour questionner le visiteur et semer quelques graines perturbatrices dans son confort intellectuel: le discours tenu par *La marque jeune* ne procède pas autrement. «C'est ce qui distingue le travail du MEN de celui que le Musée de l'Elysée a effectué pour *Teen City*, une exposition photographique qui évoque l'adolescence sur un autre ton.»¹

Lié à l'Elysée par un «partenariat affectif», selon les mots de Marc-Olivier Gonseth, le MEN fait référence (entre autres multiples citations et inventions) à un ouvrage de Joseph Heath et Andrew Pot-

ter. *Révolte consommée. Le mythe de la contre-culture* (Naïve, 2005) examine sans pitié et sans détour la manière dont le système capitaliste se nourrit de contre-culture.

Les mouvements altermondialistes, anti-pub, et tant d'autres... avaient à peine balbutié leur refus de la pensée dominante qu'ils étaient déjà absorbés par le système même contre lequel ils s'élevaient.

En plus de quarante années, aucune rébellion n'est parvenue à ébranler réellement la muraille capitaliste. Pire: les révoltes ont contribué à la renforcer en alimentant le libéralisme économique.

Hippies et yuppies, même combat! L'individualisme libéral ira jusqu'à se servir de la critique de la société de masse et de consommation pour s'attaquer aux structures collectives.

Joseph Heath et Andrew Potter proposent néanmoins quelques pistes. Par exemple, une réduction de la consommation permettrait de prendre le cap de la décroissance. Mais encore faudrait-il que chacun accepte de gagner moins d'argent... ISI

¹Nous y reviendrons dans une prochaine édition. *Teen city. L'aventure adolescente*. A voir au Musée de l'Elysée de Lausanne jusqu'au 26 octobre.

