

Grandeur et présence

Nathalie Heinrich, CNRS – EHESS

En juillet 2018, les médias se sont faits l'écho de protestations sur les réseaux sociaux : les « Bleus », après la victoire de l'équipe de France à la Coupe du monde de football, seraient passés trop vite dans leur bus sur les Champs-Élysées ; et, du balcon de l'hôtel Crillon, ils ne se seraient pas montrés assez longtemps à la foule. En pleine « affaire Benalla », on accusa même ce conseiller du président de la République, chargé d'organiser la cérémonie, d'être responsable de ce manque d'égards pour la population...

La raison de la déception était donc, simplement, le manque de présence de ces « grands » du football. Mais au fait, pourquoi la grandeur est-elle ainsi associée à l'exigence de présence, considérée comme un dû ? Certes, « noblesse oblige » — mais pourquoi oblige-t-elle à, tout simplement, *être là* ? Nous allons voir que la question se pose aussi dans le monde de l'art ; et qu'elle y trouve peut-être même sa réponse.

I The Artist is Present

En 2010, l'artiste Marina Abramović présenta au MoMA (musée d'art moderne de New York) une performance intitulée « The Artist is Present », et à laquelle près de 750 000 personnes assistèrent — ou participèrent, si l'on considère que la mise en présence d'un acteur et d'un spectateur requiert la participation de l'un comme de l'autre. En voici la description :

Deux chaises face à face, l'une accueillant l'artiste, l'autre le public se relayant, pour un échange, les yeux dans les yeux, en silence. Durant trois mois — chaque jour d'ouverture — l'artiste est restée quotidiennement assise sept heures et demi sans manger, boire, ou se lever, un exploit d'endurance mentale et physique ; un défi, même, pour une habituée de ce type de performances¹.

Au-delà de la « performance », au sens physique, que représente cette « performance », au sens générique (la « performance » étant, avec l'installation, la vidéo, l'art conceptuel et le *land art*, l'un des principaux genres de l'art contemporain), ce qui frappe dans cette œuvre est la façon dont elle met en scène l'une des caractéristiques fondamentales du « paradigme » de l'art contemporain, que l'on ne retrouve ni dans le paradigme classique ni dans le paradigme moderne : à savoir l'importance de la présence de l'artiste, non plus dans le processus de fabrication de l'œuvre (laquelle peut parfaitement être déléguée à des tiers) mais dans le processus de circulation ou de présentation au public². Désormais le travail de l'artiste peut ne pas s'objectiver dans la matérialité d'une chose produite par lui, mais dans des actes (fût-ce cet acte minimal consistant à *être là*). De cette centralité de la présence de l'artiste en personne dans le monde de l'art, certains ont même fait la matière même de leur œuvre, telle Abramović ou, avant elle, André Cadere, dont la contribution à l'histoire de l'art consistait à se rendre dans les vernissages muni d'un bâton de sa fabrication.

« Cadere était vraiment l'artiste qu'il aurait fallu avoir connu personnellement³ », commentent des collectionneurs. Voilà qui exprime à quel point il est important, dans le monde de l'art contemporain, de « rencontrer l'artiste », ne fût-ce que par l'intermédiaire de l'interview ou, mieux, par la visite d'atelier : « [L']essentiel, c'est de rencontrer la personne, de sentir ce dont elle est porteuse, de savoir si son engagement est total, de voir aussi si on peut s'entendre⁴ », explique par exemple un galeriste ; ou encore, comme le confie ce couple de grands collectionneurs : « Ce qui nous passionnait était de rencontrer des artistes, de passer des soirées avec eux, de parler d'art. Leur acheter des œuvres était notre façon d'être à leurs côtés, de les accompagner. » Ou, en d'autres termes, de profiter de leur présence.

Pur snobisme, dira-t-on, par où la « distinction⁶ » se construit grâce à l'intimité avec les grands ? Oui, mais cette hypothèse ne fait que repousser l'explication, tant qu'on n'a pas expliqué pourquoi la proximité avec un grand, en personne, confère de la grandeur — de la distinction — à son bénéficiaire.

I De la présence des créateurs à la visibilité des interprètes

Pour répondre à cette question, il convient de se tourner non plus vers les artistes créateurs mais vers les interprètes : acteurs, chanteurs, musiciens, danseurs... Ce sont eux en effet qui font œuvre par leur présence, de façon normale et non pas, comme dans le cas de l'art contemporain, à titre de spécificité rompant avec les codes. Certes, leur présence ne suffit pas : il y faut aussi le talent, qui leur permet de répondre aux attentes du public par leur compétence à « jouer » (« *perform* » en anglais). Mais depuis l'invention des moyens techniques de reproduction de l'image à grande échelle, cette présence des artistes interprètes s'est trouvée dupliquée par la gravure et, surtout, la photographie, le cinéma, puis la télévision et, enfin, Internet.

Or la multiplication à l'infini des reproductions techniques de l'image creuse l'écart entre l'original et ses répliques, augmentant d'autant la valeur d'authenticité de l'original⁷. Se crée ainsi, pour les vedettes, ce que j'ai appelé un « capital de visibilité » et, pour leurs admirateurs, un « effet référentiel », à savoir l'émotion particulière que produit la mise en présence d'un être que l'on connaît déjà par son image : la fascination prend sa source dans le va-et-vient entre singularité de l'admiré et multiplicité de ses admirateurs, et prend consistance dans le va-et-vient entre présence et absence, proximité et distance⁸. Les images, parce que reproduites, suscitent une attente de mise en présence avec « l'ici et le maintenant de l'original », pour reprendre la définition de l'authenticité selon Walter Benjamin. La dimension médiatisée de la reproduction technique creuse un écart fondamental entre le référent et le signe, le modèle et l'image, le réel et la représentation — d'où naît le désir d'être mis en présence de l'original lorsqu'on n'en connaît que la copie.

L'émotion suscitée par une vedette a une double origine : elle peut provenir soit de la confrontation avec ses images soit, de façon beaucoup plus intense, de la confrontation avec la personne. A distance, par la reproduction mécanique du visage, ou en présence, par la rencontre : c'est sous ces deux « espèces » que l'idole médiatique exerce son pouvoir de « déclencheur d'émotions¹⁰ », selon l'expression de Dominique Pasquier. Lorsque la personne n'est pas là pour offrir sa présence, restent les traces de son passage : un autographe, un objet lui ayant appartenu et qui se négocie très cher dans les salles des ventes — voire une simple photo prise au vol. Autant que dans une économie de la visibilité, on est là dans une économie

de la présence, même si ce n'est pas la présence réelle qui est en jeu mais la trace présente d'une présence passée, « l'empreinte » — fût-elle imaginaire — du « grand singulier ».

C'est la quête de cette émotion particulière qui explique cet étrange phénomène que constituent les foules massées pour attendre, debout, parfois pendant des heures, l'apparition d'une célébrité. Ces dispositifs d'apparition ont été remarquablement étudiés par des sociologues et des ethnologues, qu'il s'agisse de la remise des « Grammy Awards » aux États-Unis ou de la « montée des marches » au festival de Cannes¹². Là, l'effet référentiel se conjugue avec le capital de visibilité pour faire du « voir apparaître » une expérience profondément chargée émotionnellement, voire un petit événement dans la vie d'un individu.

C'est dire que dans tous ces rituels d'apparition, la présence s'entend de deux façons : celle de l'idole certes, qui apparaît, mais celle aussi de ses admirateurs, qui doivent non seulement être là mais y être activement, en se donnant à l'instant présent afin que celui-ci s'offre en retour, équivalent en intensité à l'immense attente, à l'immense espérance qui y a préludé.

I Le don de la présence

Mais, précise le philosophe Thierry Lenain, « cette authenticité vécue implique qu'à travers l'effet de présence subsiste à tout moment la conscience d'une distance et donc d'une absence¹³ ». En effet, la vedette pourrait *ne pas être là* — et c'est même la modalité principale de son existence dans le monde de ses admirateurs. Ce pourquoi sa présence n'est pas seulement un événement : c'est une « grâce ». Que faut-il entendre par là ?

S'agissant d'un être précédé de ses doubles, et notamment de ses images, la présence « en chair et en os » répond parfaitement à l'attente d'authenticité, cette valeur définie par la distance minimale entre un objet et son origine¹⁴. D'où l'émotion née de ces instants de « grâce », puisque l'émotion est très souvent l'effet que provoque la réalisation ou, au contraire, la transgression d'une valeur fortement investie. La grâce de la présence, ici, c'est donc le caractère exceptionnel, sublime voire transcendantal, d'un événement littéralement extra-ordinaire, échappant à l'immanence de la quotidienneté.

Mais la « grâce » est aussi ce que peut offrir un être hors du commun : un cadeau des dieux ou, plus prosaïquement, une mesure d'effacement d'une sanction judiciaire concédée par un gouvernant. Voilà qui nous installe dans cette économie particulière qu'est l'économie du don : « donner de sa personne », pour une célébrité, c'est faire cadeau de sa présence. D'où, en retour, la « gratitude » de ceux qui, massés pour voir passer l'apparition, lui « rendent grâce » par leur admiration.

Cette admiration toutefois préexistait à la mise en présence : en effet, c'est parce qu'elle est admirée, à travers ses images, que l'idole en est une, et en possède les attributs, au premier rang desquels l'exceptionnalité de sa présence en regard de la multiplicité de ses doubles, de ses images, de ses légendes¹⁵. Il faut donc ici prendre au sérieux l'anthropologie du don, avec ce qu'elle nous dit de son lien constitutif avec l'échange : si l'idole peut faire don de sa présence, c'est qu'avant cela l'admirateur lui a fait don de son amour, lequel sera encore amplifié grâce à la rencontre, rendant l'idole encore plus admirable — c'est la spirale inflationniste propre au capital de visibilité. C'est pourquoi, selon l'ethnologue Christian Bromberger, « l'apparition publique » dans une « société médiatique » peut être

considérée comme « le point de départ, l'acte fondateur, la condition initiale de la reconnaissance¹⁶ ».

Ce qui s'échange donc dans l'apparition, c'est de la présence et de l'amour, ou plutôt, de la présence *contre* de l'amour, et de l'amour *contre* de la présence. Celle-ci est bien un tribut à payer non seulement au « don » d'amour des admirateurs, mais aussi — en cas de célébrité née d'un talent particulier — au « don » reçu par l'artiste qui a eu la chance de naître ainsi doté — car « doué ». Et lorsque tel n'est pas le cas — lorsque la grandeur par la visibilité est simplement endogène, c'est-à-dire née des instruments même de la mise en visibilité, comme c'est souvent le cas avec les vedettes de la télévision — alors, pour gérer la culpabilité d'une grandeur insuffisamment méritée car sans preuves de talent, il faut d'autant plus « payer de sa personne », par sa propre présence.

76

Revue Traits-d'Union

#09 Le(s) Présent(s)

I De l'amour à la haine

Dans le documentaire de Tom Volf intitulé *Maria by Callas* (2017), la diva raconte le scandale causé par sa défection lors d'une représentation très attendue en Italie. Bien que victime d'une extinction de voix indépendante de sa volonté, elle fit l'objet, dès le lendemain, d'une violente campagne de dénigrement dans les médias. Cette anecdote montre bien ce qui préside à l'économie de la présence des grands — qu'ils soient artistes, souverains, gouvernants, sportifs, voire simples héros de faits-divers. Cette présence est bien attendue comme la contre-partie du double « don » qui leur est fait : celui du destin, qui leur a permis d'être grands ; et celui de leurs admirateurs, qui lui ont fait la grâce de leur amour. D'où la fureur engendrée par toute infraction à ce contrat implicite : échanger l'amour contre la présence — celle-ci étant rendue précieuse, bien sûr, par celui-là, lequel naît en partie de l'écart entre la prolifération des doubles et la rareté de l'original, entre la distance et la proximité, entre l'absence et la présence.

Ce pourquoi Maria Callas, suite à sa défection bien involontaire, fut à ce point vilipendée : *The artist was not present...* •

¹ Site Internet du musée du Louvre où fut présenté le film documentaire tiré de l'expérience.

² Cf. Heinrich Nathalie, *Le Paradigme de l'art contemporain. Structures d'une révolution artistique*, Paris, Gallimard, 2014.

³ Billarant Françoise et Jean-Philippe, in Martin-Fugier Anne, *Collectionneurs. Entretiens*, Arles, Actes-Sud, 2012, p.57.

⁴ Delavallade Bruno, in Martin-Fugier Anne, *Galeristes. Entretiens*, Arles, Actes Sud, 2010, p.203.

⁵ Billarant Françoise et Jean-Philippe, in Martin-Fugier Anne, *Collectionneurs, op.cit.* p.53.

⁶ Pour une construction proprement sociologique de cette notion, l'ouvrage séminal est bien sûr celui de Bourdieu Pierre, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.

⁷ Cf. Heinrich Nathalie, « Note sur l'aura de Walter Benjamin », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 49, septembre 1983 (repris dans *Comptes rendus à...*, Paris, Les Impressions nouvelles, 2007).

⁸ Tout cela a été développé in Heinrich Nathalie, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard, 2012.

⁹ Benjamin Walter, « L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique » [1935], in *L'Homme, le langage, la culture*, Paris, Denoël, 1971, p.148.

¹⁰ Pasquier Dominique, *La Culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Paris, éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1999, p. 143.

¹¹ Cf. Gamson Joshua, *Claims to Fame. Celebrity in Contemporary America*, Berkeley, University of California Press, 1994.

¹² Clavierie Élisabeth, « Cannes et chicanas : 'Voir à Cannes' », in Ethis Emmanuel (éd.), *Aux marches du palais. Le festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, Paris, La Documentation française, 2001.

¹³ Lenain Thierry, « Les images-personnes et la religion de l'authenticité », in Dekoninck Ralph, Watthee-Delmotte Myriam (éd.), *L'idole dans l'imaginaire occidental*, Paris, L'Harmattan, 2005, p.324.

¹⁴ Cf. Heinich Nathalie, *Des valeurs. Une approche sociologique*, Paris, Gallimard, 2017.

¹⁵ Sur l'économie particulière de l'admiration pour les grands singuliers, cf. Heinich Nathalie, *La Gloire de Van Gogh. Essai d'anthropologie de l'admiration*, Paris, Minuit, 1991.

¹⁶ Bromberger Christian, « Paraître en public. Des comportements routiniers aux événements spectaculaires », *Terrain*, n° 15, octobre 1990, p.10.

¹⁷ Sur le lien entre ces deux définitions du don — offrande et talent inné — cf. Heinich Nathalie, « Avoir un don. Du don en régime de singularité », *Revue du MAUSS*, n° 41, 2013.

