La vente du siècle

Paris, capitale du XXIème siècle de Malcom McLaren

Greil Marcus

Traducteur : Julien Bordier

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/variations/172>

DOI : 10.4000/variations.172

ISSN : 1968-3960

Éditeur

Les amis de Variations

Édition imprimée

Date de publication : 31 mars 2010

Référence électronique

Greil Marcus, « La vente du siècle », *Variations* [En ligne], 13/14 | 2010, mis en ligne le 01 février 2012, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/variations/172> ; DOI : 10.4000/variations.172

Ce document a été généré automatiquement le 1 mai 2019.

Les ami•e•s de Variations

La vente du siècle

Paris, capitale du XXIème siècle de Malcom McLaren

Greil Marcus

Traduction : Julien Bordier

NOTE DE L'ÉDITEUR

« Sale of the Century », traduit de l'anglais (Etats-Unis) avec l'autorisation de Artforum, mars 2010. © /Artforum/, March 2010

Première publication sur www.theoriecritique.com, « Le choix du petit », Printemps 2010, pp. 43-49

- 1 Si vous voyez la dernière production vidéo de Malcom McLaren, *Paris, capital of the XXIst Century*, vous en parlerez autour de vous le jour suivant. Comme ceci:

- 2 Un grand homme à l'air passionné, avec de grosses lunettes à monture noire – une sorte de Buddy Holly français – entre dans un magasin parisien spacieux et lumineux. Apparemment, cette boutique vient juste d'ouvrir ; à l'arrière-plan, on voit un peintre sur une échelle. Le vendeur, du genre Alfred Molina en pull-over violet, sourit : « Vous désirez ? » Une douce musique romantique se fait entendre ; le client exécute alors un pas de danse comme s'il avait attendu toute la journée pour pouvoir le faire, et commence à chanter qu'il cherche un cadeau pour faire une surprise à sa femme. Le vendeur répond en chantant qu'il a ce qu'il faut – « Ma femme est en train de l'essayer en ce moment même ! » et montre un rouleau de papier toilette. Il le place sur un présentoir, pour que l'homme puisse l'examiner, l'homme s'en empare, s'écarte en dansant et chantant, portant le rouleau à ses lèvres tel un microphone. Alors que la caméra recule, on s'aperçoit que toutes les étagères de la boutique sont remplies de rouleaux de papier-toilette – blancs, taupes, jaunes pastels, verts, bleus, oranges – et maintenant le vendeur tire fermement sur une feuille de papier-toilette pour montrer à quel point il est résistant. C'est une boutique de papier-toilette. On n'y vend que ça. À travers le carreau de la porte d'entrée, on peut apercevoir un jeune couple passer dans la rue. La banalité de leur présence met en relief l'irréductible étrangeté de ce qui est en train de se passer dans ce magasin.
- 3 Coupure, et, apparaissent des paquets de papier-toilette – « Le trèfle parfumé, une nouvelle collection » – une voix d'homme, réconfortante et autoritaire, vous dit à quel point cela est merveilleux. Il apparaîtrait que l'affaire soit réglée – et tout à coup, vous êtes dans une boutique plus sombre et plus luxueuse. « Vous désirez ? » dit une vendeuse avec un immense nuage brillant de cheveux blond et aux yeux incandescents, à une femme bien habillée, d'âge moyen, à l'air sérieux, qui touche le foulard exposé sur un mannequin nu. La vendeuse a plusieurs couleurs de papier-toilette à lui montrer, et les déroule comme des pièces d'usine. La cliente porte un rouleau vert à sa bouche : « Élégant » dit-elle, ou peut-être est-ce « Et le vert ? » Elle déroule alors un autre

échantillon face à un miroir, respire ses doigts drapés de papier-toilette. Un autre panneau : « Le trèfle aux quatre parfums. » Très bien, vous dites-vous, c'était étrange – et alors un flamenco strident et percutant fait irruption dans la bande son, comme pour dire, *maintenant, nous allons vous raconter ce qui se passe vraiment*. Nous sommes de retour dans la première boutique, l'action s'est accélérée, il n'y a plus de dialogue. Des lignes abstraites tourbillonnent, puis des vues de danseuses de flamenco prises sous la taille, leurs jupes étincellent, le bruit est plus intense – et alors que l'on revient à la boutique où se trouvaient les deux femmes, vous pensez, avec votre esprit de consommateur rationnel, Oui, avec quelque chose d'aussi intime, même en France, il doit y avoir des magasins spéciaux pour le papier-toilette. Alors que la femme à l'air sérieux porte encore ses doigts drapés à son souffle, vous pouvez apercevoir un homme barbu, d'âge moyen, qui descend lentement la rue, la tête baissée, une image de découragement (*dejection*). Ces scènes se répètent, avec les coupures que nous avons décrites, mais maintenant la séquence est ralentie, doublée, saccadée, passée à l'envers, on voit donc l'homme rendre le rouleau au commis, comme s'il disait, *Merci, c'était un plaisir*, en avez-vous un autre que je peux essayer ? Mais maintenant, l'image de l'employé qui tire sur le papier, comme pour répondre à quelque chose, prend le ton d'une menace. Les yeux de la vendeuse semblent grandir à l'intérieur de son visage, son regard fixe et sans battement de paupières disant *Oui ! Oui ! Oui !* D'une manière qui fait encore plus peur que le vendeur. Celui-ci glisse joliment de derrière son comptoir alors que son client se pince les lèvres, ne pouvant croire qu'un produit soit aussi délicat, si parfait, puis il danse lui-même, s'harmonisant au rythme du vendeur, comme dans un pas de danse aquatique synchronisé. La femme avec le rouleau dans la main bouge à peine, comme si on lui avait jeté un sort, glissant dans une tranquillité qui transcende toutes les tranquillités. Les chaussures des danseuses de flamenco martèlent. La vendeuse regarde sa cliente, son visage est maintenant clairement celui d'un alien. Le vendeur et son client continuent leur pas de deux.

- 4 Cela n'est qu'une des vingt et une parties d'un travail composé de séquences d'archives que McLaren a trouvées à Paris il y a presque vingt ans – un coffre au trésor qui s'est quasiment ouvert par accident. Dans le remake de McLaren, à partir de ce qu'il a trouvé – publicités redessinées par la répétition, la distorsion, le pastiche, le collage, la manipulation digitale, des bandes musicales conformes ou perturbantes, les voies de McLaren qui combinent la séduction et l'insupportable dans un même souffle – cette partie n'est pourtant même pas la plus délirante.
- 5 En 1991, les Sex Pistols et les remix électrisants de *Madame Butterfly* sur l'album *Fans* de McLaren faisaient partie du passé. Peu avaient remarqué l'album dérisoire de McLaren, *Waltz Darling* en 1989, ou encore son film émouvant pour la BBC en 1991, *The Ghosts of Oxford Street* (avec un Tom Jones chantant, dans le rôle de l'entrepreneur et escroc Gordon Selfridge). McLaren était alors à Paris pour réaliser un album sur la ville, avec Françoise Hardy, Catherine Deneuve, Juliette Gréco s'il arrivait à les avoir. « Une nuit, avec des amis à la brasserie Wepler, m'a expliqué McLaren quand je lui ai demandé d'où venaient les gens au papier-toilette, je n'arrêtais pas de me plaindre sur les difficultés et les horreurs de travailler avec des divas. Tout à coup, j'ai été interrompu par un inconnu qui était assis à côté de moi. Il se présenta comme un producteur et collectionneur de vieux films faits par des artistes que, si j'étais intéressé, j'aimerais sûrement voir. » Ils allèrent dans son studio : « J'ai découvert une caverne d'Aladin, des piles et des piles de boîtes en fer blanc pleines de courts-métrages en 35mm. C'était principalement des publicités, faites pour le

cinéma français. » – destinées à être montrées avant les films dans les salles obscures – « datant des tous débuts du cinéma lui-même » (y compris un court-métrage des frères Lumières, « la première pub de tous les temps », une femme nue, de profil, « tenant majestueusement dans ses deux mains, des tresses de spaghetti. ») L'homme était ravi de trouver un public ; McLaren était ravi de trouver des publicités faites entre autres, selon le collectionneur, par Max Ernst et Jean-Luc Godard. Puis il oublia tout ça, et fini son album de 1994, *Paris* – d'où sont repris dans ce travail vidéo des musiques et des éléments de narration.

- 6 L'année dernière, imaginant un nouveau projet, McLaren s'est souvenu de ces archives. Il est revenu sur ses pas et retrouva le bâtiment. La fille de cet homme avait récupéré toute la collection et avait transféré tous les vieux films sur des supports numériques.
- 7 Imaginez alors, une succession de publicités arrivant à vous, de nulle part et de toutes les directions, telle une nuée d'oiseaux. Il se passe tellement de choses dans la partie « Chemin de Paris » – qui commence comme une publicité pour La Samaritaine, puis avec d'innombrables personnages, danses, chansons, folies, habits et cigarettes dans un montage de séquences venant peut être d'une douzaine de publicités différentes, transforme le tout Paris en un seul et unique centre commercial, et renseigne sur ce qui suit. Vous avez l'impression qu'une porte a été ouverte sur une ville où il n'y a pas de secret, où tout est à vendre et exposé, où rien ne peut être aussi vide de sens que cela en a l'air, une ville qui génère son propre tourbillon, la chanson de la marchandise chantée avec une telle ardeur, qu'une publicité signée Ernst pour les Etablissements Levitan mise en musique par « Without you » de Harry Nilsson, peut devenir du surréalisme ordinaire par ressemblance, et comment (Juliet Berto mise à part) une publicité de Godard pour l'après-rasage Schick peut ressembler à une publicité faite par n'importe qui d'autre.
- 8 *Paris* est plein de paroles de McLaren sur les rues et le badaud, d'intertitres qui méditent sur la banalité et la profondeur (« Nulle part ailleurs on ne peut trouver autant de choses sans goût qu'à Paris. C'est précisément le secret de la raison pour laquelle elle est encore le lieu où l'inspiration de l'art continue à vivre. ») Il est chargé d'allusions à la rébellion contre, ou de négation de, la tyrannie consumériste. La dernière est amenée très calmement par le détournement d'une publicité par McLaren, qui montre une secrétaire en train de se faire peloter par son patron, alors qu'elle tape à la machine à écrire. McLaren y insère l'histoire d'une femme qui répondit à l'accusation, venue d'un policier, d'avoir uriné en public, en remontant sa jupe et en pissant dans la rue. Ainsi elle montrait qu'elle n'avait pas pu le faire juste avant. Mais tout le projet de McLaren est fait dans l'esprit du jeu, ce qu'on peut en ressortir est un sens de la folie en tant que forme d'amusement.
- 9 Une pièce est peut-être au centre du travail. Une fanfare sonne le réveil ; un homme se réveille, murmure « Boursin » et vient à la vie. En criant « Du Boursin ! », il court de pièce en pièce comme s'il avait caché son fromage la nuit précédente sans se souvenir où. Il trouve la cuisine, le réfrigérateur : bien sûr ! Il ouvre la porte et le voilà, trois paquets ronds, et un orgue d'église qui sonne : délivrance. Il étale le fromage sur du pain, prend une bouchée, et nous sourit. La plus simple petite pub du monde.
- 10 Immédiatement, la séquence est rejouée, sans aucun changement apparent. Puis encore, et il y a une sorte de lueur sur une porte. Puis encore, la fanfare, et derrière une lampe que vous n'aviez pas remarqué avant qui n'éclaire pas de manière naturelle, un couloir baigne dans une lumière métallique, une porte est aveuglante, et l'homme ne le remarque pas. Il est en quête, rien ne l'arrêtera, il ouvre la porte du réfrigérateur d'un coup sec et

là, derrière le Boursin, se trouve la plus brillante des lumières, tout sauf radioactive. Et alors qu'il tartine le fromage, vous pensez « Il doit goûter la différence. » Puis encore la fanfare – « Non ! Non ! » ont crié des gens à une projection à laquelle j'ai assistée. « Faites arrêter ça ! », « Oui » dit quelqu'un à un autre. « Prenez-le encore » – et l'appartement perd en définition, des lumières écrasant les contours, faisant même disparaître le visage de l'homme. Sur la table, mis à part quelques épluchures, le fromage lui-même est une boule de lumière, comme quoi que ça puisse être dans la valise de *Kiss me deadly*. Puis encore, et vous essayez de suivre l'action avec le soleil dans les yeux, et vous pensez, *ça devait être ça*.

- 11 Puis, encore une fois – et ici, dans ce drame d'images effacées, vous réalisez ce que c'est réellement : la poursuite de l'absolu comme un jeu de charades et un défi, le défi du réalisateur au spectateur, lui-même, et à son matériel avant tout. Et s'il faisait une crise de nerfs ? Et s'il n'était pas allé jusqu'au bout ?
- 12 Mis à part de vagues spectres de mouvements, l'écran est complètement blanc. Il n'y a plus d'image. L'homme a été dévoré par la marchandise, la marchandise s'est dévorée elle-même.

AUTEURS

GREIL MARCUS

Journaliste et chercheur en sciences politiques, San Francisco.