



HAL
open science

Ya'la dowq! Digressions sur les valeurs esthétiques et les effets de décalage

Baudouin Dupret

► **To cite this version:**

Baudouin Dupret. Ya'la dowq! Digressions sur les valeurs esthétiques et les effets de décalage. L'Orientalisme après la querelle. Dans les pas de François Pouillon, 2016. hal-01624574

HAL Id: hal-01624574

<https://hal.science/hal-01624574v1>

Submitted on 26 Oct 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

YA 'LA DOWQ !

Digressions sur les valeurs esthétiques et les effets de décalage¹

Baudouin Dupret

Le destinataire de ces hommages étant hors-norme, je voudrais tenter une contribution également décalée par rapport aux règles de l'art académique. Traditionnellement, je me suis intéressé aux normes juridiques en contexte arabophone. Depuis quelques années, j'ai élargi le spectre de mes investigations à d'autres formes de normativité (religieuses, médiatiques, morales, politiques). Aujourd'hui, je travaille sur ce qu'on pourrait appeler les normativités diffuses qui opèrent à tous les niveaux de la vie ordinaire et qui établissent les critères de ce qui est tenu pour juste, pour vrai, pour beau.

Au titre des objets configurés par de telles normativités, on peut ranger les produits de l'artisanat. Dans un pays comme le Maroc, les lieux d'exposition et de vente de ces produits sont innombrables. Le premier public visé est celui du tourisme, mais il n'est pas le seul, la consommation locale étant tout sauf insignifiante. Dans une ville comme Safi, par exemple, il existe une tradition de poterie qui alimente le marché local et national. L'étude de ses modes de production et de commercialisation mériterait assurément qu'on s'y attarde. Ce n'est cependant pas l'exercice que je me propose de réaliser. Ce qui m'intéresse tient davantage à une phénoménologie du goût ordinaire, à ces petites choses qui servent de critères au jugement esthétique.

Dans le sillage du Protectorat, par ailleurs, le Maroc s'est doté de nombreux musées, consacrés en général aux arts de l'Antiquité et de l'islam, d'une part, à la culture matérielle et au folklore, de l'autre. Très récemment, un musée d'art moderne a été inauguré à Rabat et des projets de musées mémoriels sont en gestation, comme à Al Hoceima, à la suite des recommandations de l'Instance Équité et Réconciliation. Il existe enfin des musées privés, comme le Musée berbère des jardins Majorelle, à Marrakech, ou les musées Belghazi, de Bouknadel et Fès. A chaque fois, c'est une certaine façon de considérer les arts qui trouve à s'exposer, mais aussi, au-delà des arts, une certaine idée de ce qui est digne d'intérêt et mérite d'être collectionné, de ce qui est beau ou authentique, également de l'esthétique de l'exposition, entre sobriété et foisonnement. Ici aussi, il serait possible de procéder à une sociohistoire de la mise en musée, mais ce n'est pas cela que je voudrais mener. Toujours dans cette petite phénoménologie de l'ordinaire, je cherche plutôt à retrouver le raisonnement qui fonde l'esprit collectionneur et muséographique, ce critère du « digne d'intérêt » et du « beau », que ce soit celui du conservateur, tel qu'il se donne à voir à travers la collection qu'il expose, ou celui du visiteur, tel que... moi-même.

Cette contribution rassemble quelques réflexions éparses à ce sujet, à partir d'un point de vue tout personnel. Je ne vais donc pas mener une enquête des coulisses du commerce artisanal ou de la création d'un musée, mais plutôt tenter de développer ce qui peut en être dit en restant à la surface des choses, là où elles se donnent à voir de manière ordinaire, dans une perspective empathique, réflexive et somme toute naturelle, c'est-à-dire proche de nos façons de faire de tous les jours. Je m'appuierai sur quelques notes et photos glanées à l'occasion de telles déambulations, parmi les potiers de Safi, dans les salles du musée Belghazi, mais aussi dans d'autres circonstances, à des moments variés, quand la question du goût m'a semblé se poser.

¹ Mes remerciements pour ses commentaires, critiques et suggestions à *khouia* Léon, un authentique savant, compagnon de fortune le temps d'un semestre sabbatique à Rabat.

En flânant

Que ce soit en Egypte, en Syrie, au Maroc ou ailleurs, j'ai souvent été saisi par l'existence d'un désir de décoration et, partant, d'un goût, d'une conception du beau, d'une esthétique ordinaire et diffuse. En voici quelques exemples marocains.

Figure 1

Le beau en mode mineur



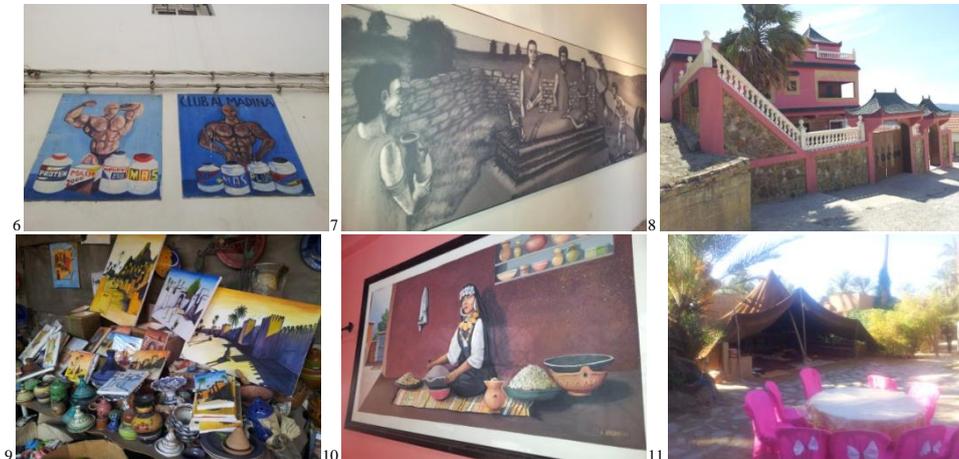
Il ne fait pas de doute qu'il existe une esthétique de la devanture de cette pâtisserie de Tétouan, où les modes d'empilement et d'assortiment de couleurs ne relèvent pas du seul hasard ou d'une joyeuse anarchie, mais d'un art, aussi mineur fût-il (fig. 1/1). De manière plus surprenante mais dans le même ordre d'idées, c'est un souci de géométrie chamarrée qui préside à l'alignement des primeurs devant la tente des maraîchers de Bouznika, et l'intention esthétique n'est pas plus douteuse que dans le cas précédent (fig. 1/2). C'est sans doute une démarche bien spécifique qui préside aux graffiti, en général, et à celle des groupes de supporters de football, en particulier (ici à Safi), mais il n'en reste pas moins que le trait, la couleur et le genre ressortissent d'une volonté de s'inscrire dans l'ordre, sinon du beau, d'une esthétique expressive (fig. 1/3). De manière autrement plus classique mais néanmoins intéressante, la façade d'une maison de Chefchaouen peut être l'occasion de manifester un désir d'harmonie, de décoration et d'élégance (fig. 1/4). Enfin, la vitrine d'un photographe à Tanger nous révèle l'évidence, à savoir qu'il est des métiers dont la finalité est de « faire beau » ou « fixer le beau », si bien qu'il leur faut en quelque sorte faire savoir leur savoir-faire, dans l'immortalisation de mariages par exemple (fig. 1/5).

On remarque comme une forme d'ubiquité au souci esthétique. Et, selon toute vraisemblance, ce souci répond à des critères, lesquels s'étalent de la géométrie au coloris, en passant par l'agencement, la maîtrise technique et l'effet recherché. Ces critères sont le plus souvent discernables, ce qui ne devrait pas étonner dès lors que l'objet d'art vise le plus souvent à être vu et reconnu pour ce qu'il est, et donc à exhiber ses propres critères d'intelligibilité et d'évaluation. Mais si ces critères sont exhibés et reconnaissables, c'est généralement en fonction d'un public spécifique. Autrement dit, l'objet d'art, de par ce qu'il affiche, se prête un public, son public, dont il revendique l'adhésion. Il peut toutefois aussi échouer à emporter cette adhésion. Il peut également susciter le rejet, le mépris, la dérision, le procès en mauvais goût. C'est une source d'étonnement de voir à quel point ce qui est censé être beau pour les uns peut être tenu pour laid par d'autres, souvent sur la base des mêmes critères, comme le choix de couleurs criardes. Autrement dit, il peut y avoir accord sur le critère (la couleur) mais désaccord sur le fait de savoir si l'objet répond adéquatement à ces critères (cette djellaba rose fluo est adorée par celle qui la porte et moquée par un touriste de passage).

Au cours de ces mêmes flâneries, j'ai fréquemment formulé, en mon for très intérieur, un jugement en laideur, vulgarité et mauvais goût, à l'endroit même où d'autres me semblent voir beauté, élégance et raffinement.

Figure 2

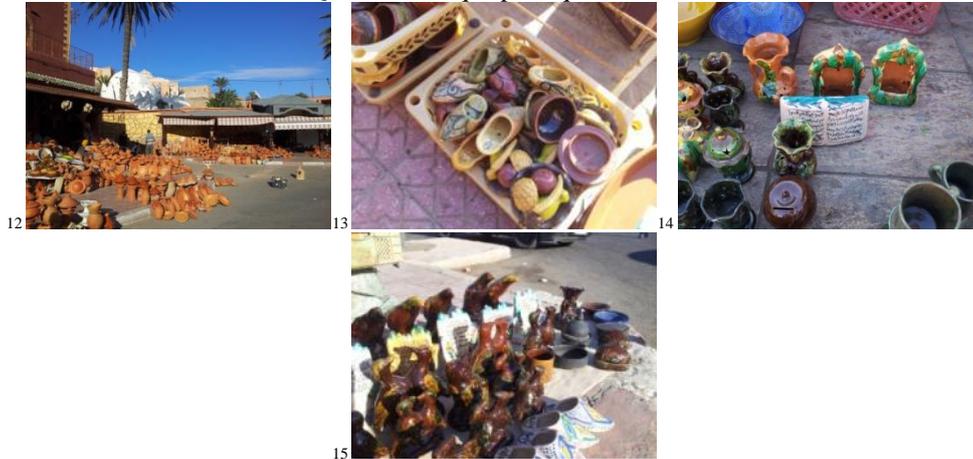
Le beau des uns fait le laid des autres



On remarque que des choix esthétiques sont faits à certaines fins pratiques : publicitaires, pédagogiques, architecturales, touristiques, picturales. Et donc, effectivement, l'objet s'adresse à son public, celui qu'il est susceptible d'attirer, éduquer, séduire, appâter, divertir. Mais cette esthétique peut avoir l'effet inverse de celui qu'elle recherche. Ainsi en va-t-il de cette sculpture du corps, produit d'appel d'un club de culturisme à Tanger, qui doit certainement attirer une certaine jeunesse en quête de virilité, mais peut aussi nous amener à une ironie aussi bien socioculturelle qu'esthétique sur les horreurs du bodybuilding (fig. 2/6). La représentation d'antiques Romains procédant à un rituel funéraire, au musée de la kasbah de cette même ville de Tanger, relève d'une pédagogie de style réaliste, ce qui est un choix esthétique, dans le but d'instruire les visiteurs par une illustration prétendant à l'authenticité de la scène. On peut tout aussi bien éprouver une sorte de répugnance vis-à-vis de la qualité du dessin et de la naïveté prétendument authentique du culte représenté (fig. 2/7). Le choix d'une architecture de style pagode, dans la campagne des environs de Ceuta, manifeste une volonté ostentatoire d'opulence, mais tout aussi bien un goût « orientaliste » pour « ce qui fait chinois ». Il m'apparaît comme l'archétype du kitsch, mais il est indubitable que cela doit plaire au propriétaire et à ceux qu'il a l'intention d'impressionner, qu'il y a peut-être « le beau », mais qu'il y a aussi le « faire beau » et le « faire voir beau » (fig. 2/8). Que dire de cet étal dans la vieille ville de Taroudant, sinon qu'il semble s'offrir à la consommation touristique, dans un assemblage très significatif de poncifs allant du mini-tajine à la croûte figurant la médina, une idée de ce que l'on pense être le goût du client potentiel (fig. 2/9). L'esthétique touristique est un cas intéressant de ce « pense-être », en ce sens qu'on ne sait pas si l'artiste et celui qui accroche l'œuvre au mur la trouvent belle, mais qu'on peut légitimement penser qu'ils estiment que c'est « ce qui convient » dans pareil lieu destiné à un étranger dont il faut anticiper le goût pour le satisfaire (fig. 2/10 : la salle de restaurant d'un hôtel de Taфраout). Cette orientation vers le plaisir du touriste, aussi bien national qu'étranger, se manifeste avec force et même violence quand c'est à son « désir de nostalgie » ou à son « désir d'authenticité », selon, qu'il est fait appel, au travers du recours à la panoplie des stéréotypes catégoriels comme les bijoux, le vêtement ou la cuisine traditionnels, pour les uns, le chameau, la danse du ventre, le thé à la menthe, le turban, le méchoui et la tente bédouine, pour les autres (fig. 2/11). Des rengaines peuvent même y être associées, comme celles du « bon vieux temps » ou du « whisky berbère ». Selon les lieux de production et d'exposition,

c'est-à-dire aussi selon le degré de familiarité avec le destinataire de l'objet mis en vente, l'anticipation de l'esthétique et du désir d'autrui peut grandement varier et s'affiner, mieux percevoir les standards d'ailleurs et s'y adapter, mieux s'ajuster au « goût qui convient ».

Figure 3
Quelle esthétique pour quel tourisme ?



C'est à Safi que m'est venue l'idée de cet article. Ancien comptoir portugais, un temps port de pêche important, cette bourgade semble un peu assoupie aujourd'hui. Trop au sud de l'axe atlantique Jédida-Casa-Rabat-Tanger, trop au nord d'Agadir et de sa rivale touristique Essaouira, Safi est néanmoins réputée pour sa poterie. En m'y promenant, j'y cherchais donc l'exposition de ce produit fameux, et je ne fus pas déçu. Tout un quartier adossé à une colline est en effet, sur son flanc, parsemé d'ateliers et de fours, et, à son pied, de boutiques offrant une grande palette d'objets en terre cuite éventuellement vernissée. Cela va de la poterie utilitaire à des figurines d'oiseaux, en passant par les babouches, les corbeilles de fruits, les tirs-lire et les brûle-parfums, sans oublier naturellement les fac-simile de Coran ouvert sur l'une ou l'autre sourate (fig. 3/12-15).

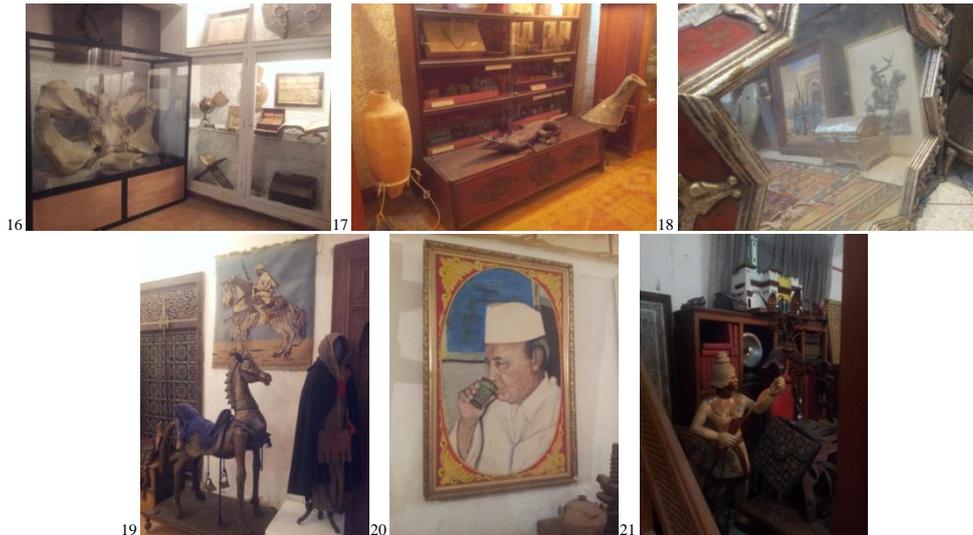
En me promenant parmi les étals, je me suis ainsi pris à me poser plusieurs questions : « qui peut acheter ça ? » ; « quel est le goût esthétique de ces clients ? » ; « qu'y trouvent-ils de beau ? » ; « quelle valeur accordent-ils à cet objet ? ». Mais aussi : « qu'est-ce qui amène les potiers à produire ces objets-là ? » ; « comment anticipent-ils le goût des clients ? » ; « quel goût préside à leurs propre choix ? » ; « quelle idée se font-ils des acheteurs ? » ; « comment se fait-il que je retrouve ces modèles à Safi, mais aussi à l'Oulja et à Bouknadel ? ». Et même : « pourquoi je trouve ça laid ? » ; « pourquoi je trouve ça intrigant ? » ; « pourquoi je trouve ça drôle ? ». Où l'on voit que le choix esthétique du créateur est très largement configuré par celui à qui l'objet est destiné (*recipient-designed*), dans des jeux d'anticipation complexes régis par une sorte de méthode documentaire d'interprétation : dans un double mouvement, ce que l'on tient pour beau est rétrospectivement fondé et documenté par des expériences et des jugements antérieurs, mais il sert à son tour prospectivement de fondement et de documentation aux expériences et jugements à venir. Où il s'avère donc aussi que l'arrière-plan – que l'on pourrait qualifier de culturel – de ce qui fonde l'expérience et le jugement sont primordiaux dans l'établissement de leurs critères. Cet arrière-plan est fait de ressources disponibles à l'artiste, issues d'un fond culturel ancien ou de ce qui circule aujourd'hui, mais également de sa capacité, située et donc variable, à percevoir, comprendre et dès lors s'ajuster à ce que pourrait apprécier le client.

Autres temps, autres mœurs ; autres lieux, autres goûts ! En me promenant sur le parcours des musées Majorelle et Belghazi, je me suis pris à me demander pourquoi je trouvais une

entreprise muséographique réussie ou non, esthétique ou ratée, convenue ou intrigante. Non pas nécessairement quels sont les canons du genre, comme on doit sans doute pouvoir le lire dans quelque manuel destiné aux élèves de l'École du Louvre, mais ce qui fait, dans ma perspective instruite de touriste-savant-étranger-mais-pas-tout-à-fait, que je me sens bien dans une galerie, ou non, que les pièces exposées attirent mon œil, ou pas, que les notices m'intéressent ou me font enrager, sourire ou médire, aussi que je me trouve renvoyé à moi-même, à la constitution de mon propre goût et de ses critères, à mon éventuelle détestation du conformisme esthétisant.

Figure 4

La collection et ses critères

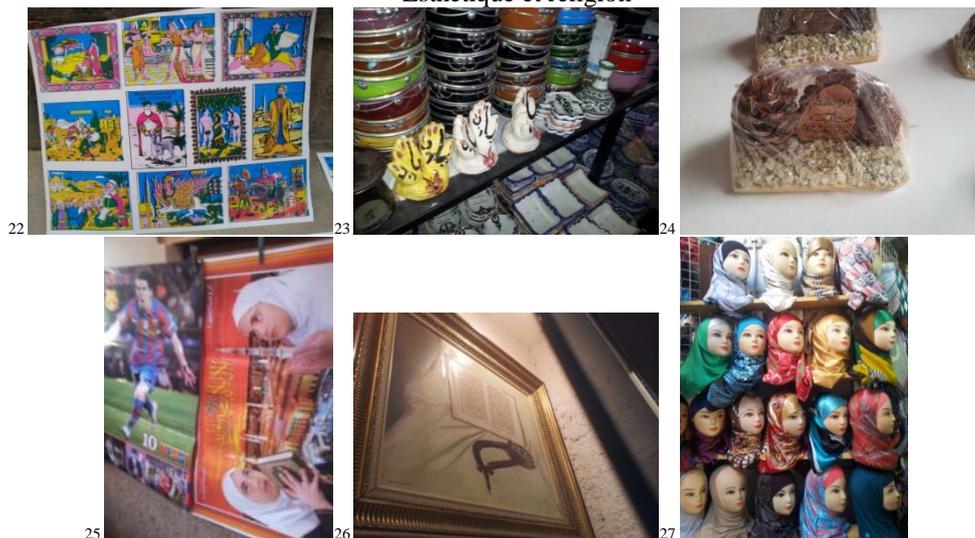


Le musée Belghazi est une passionnante caverne d'Ali-baba. Aux dires de son propriétaire-conservateur, le critère ayant présidé à la collection est d'être rattaché au Maroc, soit parce que l'objet en est originaire, soit parce qu'il y a été trouvé. D'où le caractère extrêmement hétéroclite du lieu. Une organisation thématique semble prévaloir dans certaines salles, surtout les premières par ordre chronologique de la visite : la coexistence des religions, dans la première, l'hippologie chère à François Pouillon, dans la deuxième (fig. 4/19), le travail du bois, les instruments astronomiques... Cela n'empêche toutefois pas la présence d'objets disparates, tel cet os géant de baleine ou ce crocodile empaillé, dans la salle œcuménique (fig. 4/16-17), pas plus que cela ne proscrie le dépôt en vrac (fig. 4/18 et 4/21), toutes choses qui donnent au musée l'aspect d'un immense cabinet de curiosités situé au Maroc et tourné vers la célébration nationale/nationaliste, sous l'œil protecteur de la monarchie chérifienne (fig. 4/20). Il y a aussi derrière tout cela l'« esprit de collectionneur » et la « passion de posséder », qui conduit à toujours accumuler et empiler les acquisitions, chaque *item* d'une série ayant valeur unique, pièce indispensable d'un tout qui, sans lui, serait irrémédiablement incomplet.

Esprit collectionneur, cabinet de curiosités, critère national, tels sont les traits saillants de ce lieu, qui le distinguent radicalement du Musée berbère de la villa Majorelle à Marrakech. C'est la science des experts et la technique de la muséologie contemporaine qui, là, se sont imposées, parce qu'elles répondent bien à la mode d'une certaine jet-set, d'une norme du bon goût « à la mode de Paris ». « L'exposition s'articule autour de trois sections : (1) les savoir-faire matériels et immatériels qui transforment divers matériaux en objets et ustensiles usuels ou cérémoniaux ; (2) les parures qui présentent une collection de bijoux illustrant les croyances et les savoirs accumulés depuis des millénaires ; (3) l'apparat que donnent à voir

les costumes, les armes, les tissages, les portes décorées des demeures. Les objets invitent au voyage à travers l'art berbère des régions rurales du Maroc. Ils témoignent de la riche diversité et de la créativité de cette culture »². Autant dire que je me retrouve en terrain familier, celui du « beau musée » européen, sauf que, précisément, la patrimonialisation de la culture amazighe débouche sur son essentialisation asceptisée. Dans l'ambiance feutrée d'un parcours dans une lumière tamisée, les essentiels de « la culture berbère » sont exposés, mis en valeur et commentés, que ce soit dans des textes accolés aux vitrines ou dans de petites vidéos didactiques, en sorte de produire, pour le visiteur touriste généralement étranger, un savoir positif et réifiant sur ce qui ne se donne à voir nulle part ailleurs de cette façon.

Figure 5
Esthétique et religion



Et l'islam, dans tout cela ? Il n'est pas en reste, loin s'en faut. A l'étalage banal et pourtant toujours surprenant de voiles et fichus, déployés sur des mannequins en buste, dans une variété chamarrée (fig. 5/27), qui laisse quelque peu perplexe à l'idée qu'il existe des codes précis régissant la représentation humaine et le vêtement féminin, répondent des affiches mettant en scène, dans un style évoquant plus la bande dessinée que les miniatures persanes – mais il y a peut-être une filiation à chercher du côté des sous-verres d'Afrique de l'Ouest –, des personnages religieux aussi divers et variés qu'Adam et Eve (dont un sein est dévoilé), les cheikhs Tijani et Jilali, la jument ailée du Prophète, le héros Antar, le calife Abou Bakr, ou les prophètes Abraham et Joseph (l'impiété de Putiphar se manifestant par un autre sein dévoilé) (fig. 5/22). Toujours dans le registre de l'affiche, un objet à vocation décorative, on rencontre fréquemment la représentation de jeunes personnes au visage exprimant l'extase (entre autre par les yeux levés au ciel) sur fond de lieux saints (fig. 5/25), rien n'empêchant que ce poster côtoie celui de Lionel Messi dans une autre extase, celui du but marqué pour le Barca. L'islam et ses objets caractéristiques peuvent aussi faire l'objet d'une représentation picturale, à l'image de ce tableau du musée Belghazi dans lequel le peintre a réuni un Coran ouvert et un chapelet (fig. 5/26). La religion est de même investie par le marché de l'artisanat et du souvenir, comme l'attestent ces mains de terre cuite vernissée ouvertes dans la position de l'orant, avec la mention *ya rabb* écrite sur les deux paumes (fig. 5/23), ou ce petit montage sous cellophane associant deux pommes de pin et un verset coranique gravé sur une planchette de bois du Moyen-Atlas, en vente à Ifrane (fig. 5/24).

² Voir <http://www.jardinmajorelle.com/introduction-a-la-culture-berbere/>.

Le cas de figure est intéressant, parce qu'il associe deux formes d'émotion, religieuse et esthétique, dans une relation où l'une est souvent censée accompagner l'autre, de façon asymétrique : rendre l'expérience religieuse poignante, illustrer l'histoire religieuse de manière vivante, donner au cadeau souvenir une dimension édifiante, conjuguer l'élégance féminine islamiquement, composer les symboles religieux esthétiquement. L'esthétique fonctionne ici de manière adverbiale, comme une modalité du sentiment religieux qu'elle contribue à soutenir, agrémenter ou magnifier.

Que peut-on en dire ?

Il y a place pour des traités entiers, à analyser et commenter le butin de ces flâneries. Je n'ai ni la compétence ni l'envie de me lancer dans une telle entreprise. Je voudrais simplement proposer quelques chemins qu'il pourrait être intéressant d'emprunter. J'entends intéressant au sens de Paul Veyne : non pas ce qui est digne d'intérêt aux yeux d'une science hypostasiée, mais ce qui suscite ma curiosité parce que c'est, pour moi, inattendu et qu'à ce titre, cela cèle, comme le dirait Stephen Gould, cet autre curieux insatiable, une beauté en soi. Ces chemins sont ceux que me suggèrent quelques uns de mes auteurs favoris, au nombre desquels précisément Veyne, mais aussi Wittgenstein et Livingstone. Le premier me dit au moins deux choses : qu'il faut se méfier de la surinterprétation, d'une part ; que l'esthétique est avant tout affaire du quotidien, de l'autre. Le deuxième attire mon attention sur les jeux de langage de l'esthétique, sur leur insertion dans des modes situés d'être au monde et de cultiver (ou non) un goût, sur les apories aussi de l'intellectualisme. Le troisième m'aide à atterrir, ou plutôt à ne pas décoller, à toujours retrouver l'ordre des pratiques ordinaires et leur orientation vers des finalités pratiques.

Veyne consacre de belles pages à l'illusion interprétative³. Il nous invite, à la mode de Wittgenstein, à regarder ce qui gît sous nos yeux plutôt que de sonder les profondeurs à la recherche du sens caché de tous, sinon du savant. Voici quelques unes des remarques les plus judicieuses de cet article. A propos du symbolisme funéraire romain : « les légendes prétendument symboliques ne le sont pas plus que les autres ; elles n'ont de rôle que décoratif, ou plutôt consolateur et esthétisant »⁴ ; « Même si, par aventure, certains décors mythiques avaient réellement eu une signification allégorique, il faudrait établir que celle-ci répondait aux intentions du propriétaire (...) ; il faudrait savoir si ce marbrier (...) ne s'est pas contenté de tirer de son album un poncif qui circulait d'atelier en atelier ; il faudrait savoir enfin si l'auteur premier de la scène allégorique (...) n'a fait preuve que d'ingéniosité à symboliser et d'un goût personnel pour l'ésotérisme brillant »⁵. Avant de chercher dans une image de l'intensité, il faut voir qu'elle peut « servir à divertir, à jeter un rideau de fumée, à embellir, à masquer »⁶. A propos de la Villa des Mystères de Pompéi : « La fresque n'est ni culturelle ni même proprement religieuse : les croyances bachiques sont ici le prétexte à un jeu artistique sur des réalités très quotidiennes et socialement conformistes »⁷.

Ce que m'apprennent les remarques de Veyne, c'est que l'esthétique de l'ordinaire fait parfaitement l'économie de l'exploration des abysses, qu'elle se joue à la surface des choses, dans ces petits riens du quotidien pour lesquels la vulgarité a parfois valeur de vertu, et où l'ordinaire s'impose presque inexorablement. Ce quotidien, cet ordinaire, il ne faut pas lui fabriquer de fausses intensités. Il est faux de penser que la quotidienneté se vit sur le mode de

³ Paul Veyne, « L'interprétation et l'interprète. A propos des choses de la religion », *Agone*, N° 23, 2000.

⁴ *Ibid.*, p.56.

⁵ *Ibid.*, p.56-57.

⁶ *Ibid.*, p.57.

⁷ *Ibid.*, p.60.

l'intensité, et c'est si vrai qu'elle se sent obligée de s'en construire, des intensités, tout aussi factices, sur le mode du « Que du bonheur ! » finement décrit par Eric Chauvier⁸.

Mes observations marocaines me montrent bien qu'il n'y a pas matière à surinterprétation. C'est plus la condition humaine qui laisse perplexe qu'un quelconque exotisme marocain. Un élégant alignement de primeurs, le jeu de couleurs des épices, l'expressionnisme enthousiaste des supporteurs, un joli bleu pour agrémenter une façade, c'est là un goût facilement décelable *urbi et orbi*. Et le mauvais goût n'est pas plus consternant qu'ailleurs. Y a-t-il moins de raisons de crier à la vulgarité en visitant le Parc Astérix ou Disneyland qu'au spectacle, pourtant surprenant, de la maison pagode ou la publicité pour la salle de musculation ? Les goûts voyagent, les goûts se partagent, ils se donnent à voir pour ce qu'ils sont : le sens ordinaire du beau. Et si le touriste trouve beau parce qu'authentique un simulacre de tente berbère, pourquoi donc l'indigène ne trouverait-il pas beau parce qu'exotique l'architecture simili-chinoise ?

Tout cela se joue donc dans quotidienneté, sans intensité, à l'exception de quelques lieux dédiés à la collection, la mise en scène, la magnification du beau. C'est même vrai du côté de l'artiste, qui n'est que rarement dans la production de l'exceptionnel – il n'est pas sûr qu'il en ait d'ailleurs les moyens – mais bien davantage dans l'accomplissement de son labeur quotidien, gagne-pain qui passe par la production de copies, parfois pauvres et maladroitement, parfois riches et habiles, mais de copies néanmoins, c'est-à-dire de duplications de poncifs plus ou moins éculés. Dans ce même ordre d'idées, il faut bien reconnaître que la volonté de paraître, d'afficher et de s'afficher, joue un rôle primordial. Mise en scène du corps, bien entendu, mise en scène aussi de son opulence, de sa qualité distincte, de sa différence, de sa supériorité. Mais parfois également mise en scène de sa conformité à la norme, au groupe, à la tendance dominante. Les deux ne sont d'ailleurs pas nécessairement contradictoires, tant il peut y avoir désir de faire « au moins aussi bien » que l'autre, parfois de faire « un peu mieux », ce qui est une forme de différence dans la similitude.

Dans ses *Leçons et conversations sur l'esthétique, la psychologie et la croyance religieuse*⁹, recueil de notes prises par ses étudiants et publiées *post mortem*, Wittgenstein offre, sur le sujet qui nous intéresse, des réflexions qui m'interpellent. Elles touchent à l'apprentissage du beau, à la nature du jugement qui le porte, de l'occasion qui le suscite, sur le fond culturel qui le rend possible, l'effet de mode et de routine.

Le beau, nous dit-il, est d'abord un mot, souvent un adjectif, surtout utilisé comme une interjection : « lovely ! », « so nice ! », « trop mignon ! », « zouina ! ». Il s'accompagne d'expressions faciales et de gestes exprimant l'approbation. C'est par le jeu de langage dans lequel il apparaît que le mot acquiert cette qualité d'interjection d'approbation, non par sa forme. On pourrait ainsi dire que le beau s'inscrit dans une grammaire et dans un contexte. Grammaire qui fait que c'est toujours en relation avec d'autres éléments, tels que des gestes ou des paroles, que l'expression prend sa valeur et est entendue pour ce qu'elle signifie. Contexte, parce que pareille grammaire n'acquiert son sens que de manière située, dans des cours d'action et avec certaines « formes de vie » en arrière-plan. L'esthétique ne surgit ainsi qu'à certaines occasions et dans le fil de certaines activités, mais aussi sur le fond de règles qui ne sont pas intuitives mais s'apprennent (ou s'inculquent) : « Si je n'avais pas appris les règles, je ne pourrais émettre de jugement esthétique »¹⁰. C'est souvent l'absence de

⁸ Eric Chauvier, *C'est que du Bonheur*, Allia, 2009.

⁹ Ludwig Wittgenstein, *Lectures and Conversations on Aesthetics, Psychology, and Religious Belief*, University of California Press, 2007.

¹⁰ *Ibid.*, Leçon I §15.

formation au goût, de « goût cultivé », qui fait dire « exciting ! » face à n'importe quoi. Absence d'éducation, donc, mais aussi engagement dans des logiques différentes, telles que les effets d'ostentation, de distinction, de mode et de routine. Comme le dit Wittgenstein, le tailleur qui taille plus ou moins large, une année, ne le fait pas nécessairement par goût personnel, mais peut-être aussi simplement parce que c'est « comme cela » que ça se fait cette année, que c'est « ce qui convient » pour être à la mode et, par conséquent, pour attirer le chaland et vendre son talent.

L'esthétique se joue aussi souvent par défaut, dans des réactions d'insatisfaction, de dégoût, d'inconfort. Celles-ci ne sont pas psychologiques, c'est-à-dire causales, mais relèvent du « quelque chose qui cloche ». Ainsi, l'explication psychanalytique d'un rêve, qui est causale, ne change rien à la qualité de beau ou de laid de ce rêve : « Freud a appelé ce rêve 'beau', plaçant 'beau' entre guillemets. Mais est-ce que le rêve *n'était pas* beau ? Je dirais au patient : 'est-ce que ces associations font que le rêve n'est pas beau ? C'était beau. Pourquoi ne le serait-ce pas ?' »¹¹. Wittgenstein nous enseigne qu'il faut prendre l'objet et l'expression de sa beauté (ou de sa laideur) ensemble, dans une relation indissociable qui écarte l'idée que l'expression puisse être saisie indépendamment de ce qui la suscite : « un homme peut chanter une chanson avec expression et sans expression. Pourquoi alors ne pas laisser la chanson de côté – pourrait-on avoir l'expression dans ce cas ? »¹². Et il est vrai qu'on pourrait offrir toutes les descriptions de la terre des frémissements et contractions des muscles d'un visage, on ne produirait toujours pas une description adéquate du sentiment de plaisir esthétique à la vue d'un objet ravissant à quoi cette attitude faciale correspondrait.

Dans mes flâneries marocaines, j'ai tenté de regarder ce qui s'offrait à mes yeux tout en restant à la surface des choses, sans nécessairement mener une archéologie de mes impressions et des objets et configurations qui les suscitaient, mais davantage en m'efforçant à la simplicité de l'explication. Et effectivement, il apparaît bien que le jugement en beauté ou en laideur procède souvent d'un apprentissage où l'interjection d'autrui avait valeur de règle d'appréciation. Cet apprentissage est à la fois source de conformisme et d'originalité, en ce sens qu'il me conduit à m'aligner sur mes modèles tout comme il me pousse un jour à m'en démarquer. Sans doute en va-t-il de même de la création artistique, qui pratique souvent le mimétisme, y compris dans la recherche d'originalité et la fabrique d'une intensité, et exceptionnellement crée quelque chose d'intrinsèquement neuf. Le fait est je ne pourrais avoir de jugement esthétique sans disposer de règles, de critères. Il en va de même pour celui que j'observe. Ces critères, on pourrait sans doute faire l'histoire de leur genèse et de leur cristallisation. Mais que se passe-t-il s'il n'y a pas de bonne école pour leur apprentissage ? Est-ce ce qu'on appelle apprentissage sur le tas, à l'aune des modèles disponibles, mais aussi de l'expression de satisfaction ou de dégoût discernable chez autrui, avec toutes les incertitudes que cela comporte quand cet autrui vient en plus d'ailleurs. Où se manifeste l'extrême importance des formes de vie propres à l'auteur de l'objet, à son destinataire et client, à celui qui y jette un regard en passant, à celui qui s'y intéresse de manière plus réflexive.

Ces critères qui forment la grammaire du goût, qui s'apprennent et se cultivent, au point de former une culture, et dont l'intellectualisation fait parfois risquer le pédantisme, on les retrouve dans les petites et grandes choses de la vie, dans l'intimité comme dans la vie publique, dans le commerce aussi bien que dans le for intérieur. Il suffit de côtoyer des ados pour observer, avec curiosité, plaisir mais aussi effroi, comment le goût se construit en se

¹¹ *Ibid.*, Leçon III §21.

¹² *Ibid.*, Leçon IV §10.

conformant (aux pairs) ou en se démarquant (des parents), par la répétition inlassable des mêmes rengaines, par la facilité avant la complexité, par l'adoption de règles de jugement, par l'émergence éventuelle de quelque chose de neuf et surprenant. Tandis que Veyne nous suggère l'anachronisme contrôlé, Wittgenstein nous dit de procéder par comparaisons, de rechercher des équivalents dans l'univers qui nous est familier. Il faut bien reconnaître dans ce cas que je n'ai pas d'impressions très différentes à la vue de boutiques de souvenirs d'Ifrane et de Chamonix, de Lourde et de Fez, de Safi et des Baux-de-Provence. Y a-t-il véritablement un fossé qui sépare le style des maisons bourgeoises de Bruxelles début vingtième et des maisons pagodes de la péninsule tingitane ? Les Histoires de l'oncle Paul sont-elles incommensurables de l'affiche aux figures légendaires de l'islam ? La mystique de pacotille de l'autre affiche, celle des deux orantes sur fond de Kaaba, me rappelle bien des figurations de la Vierge et la figuration du rituel funéraire n'a rien à envier aux reconstitutions du Moyen Age dans les livres pour enfants. En procédant à une déflation conceptuelle, on en arrive à retrouver tous ces petits mécanismes qui font notre commune humanité.

La troisième source d'inspiration me vient d'Eric Livingston, un ethnométhodologue remarquable, une raison de plus d'être savamment ignoré du plus grand nombre. S'il n'a rien écrit sur l'esthétique visuelle, a fortiori sur celle de l'ordinaire à laquelle je m'intéresse ici, son anthropologie de la lecture¹³ porte précisément sur ce travail du regard, son encadrement, son orientation téléologique, sa mise en conformité ou sa créativité. Dans un article intitulé « La textualité du plaisir »¹⁴, Livingston souligne le fossé qui sépare la lecture savante, celle du critique littéraire par exemple, de la lecture ordinaire, la nôtre quand nous prenons un roman ou lisons un poème. La première cherche à montrer comment un texte peut ou doit être lu : quand il parle de lecture, le professionnel ne fait pas référence « aux pratiques de la lecture ordinaire, mais à la lecture *cultura*, les pratiques cultivées de la lecture professionnelle »¹⁵. L'erreur est de projeter cette façon sophistiquée sur la masse des lecteurs, parce que cela nous fait manquer un petit quelque chose d'essentiel : l'activité de lecture elle-même. Ce travail de lecture procède pour l'essentiel sur le mode du « ni vu ni connu » : il n'est pas remarquable et nous n'avons rien d'intéressant à dire à son sujet. C'est pourtant à ce niveau que tout se joue. Dans la lecture *cultura*, le lecteur est confronté à un texte qui se trouve à distance, c'est en quelque sorte un document désengagé ; tandis que dans la lecture *simpliciter*, c'est l'activité de lecture elle-même qui est le phénomène principal, non une relation lecteur-texte faite de deux entités séparées. En d'autres termes, le texte vit dans et par le processus de lecture. Dans la lecture ordinaire, un texte est lu pour ce qu'il donne à lire, pas pour ce qu'il faudrait aller chercher au-delà des apparences. De ce point de vue, la lecture professionnelle n'a aucun statut privilégié. Nous ne nous posons pas des questions en lisant de la manière réflexive d'un professionnel, mais en poursuivant notre lecture. La différence entre ces deux modes de lecture tient à ce que la lecture *cultura* travaille avec un texte-déjà-lu et non un texte-en-cours-de-lecture. Or, si nous voulons retrouver ce qui fait le plaisir de lire de manière ordinaire, nous devons nous départir de nos intellectualisations et en revenir à l'expérience de lecture¹⁶.

Livingston propose un petit détour par la phénoménologie : « Comment se fait-il que le monde nous apparaît comme étant déjà là, comme existant indépendamment de nous ? (...) D'une certaine façon, je 'constitue' le monde objectif à partir de mes expériences temporelles, de mes perceptions incorporées et de mes actions, en tant que monde existant

¹³ Eric Livingston, *An Anthropology of Reading*, Indiana University Press, 1995.

¹⁴ Eric Livingston, "The Textuality of Pleasure", *New Literary History*, 37/3, summer 2006.

¹⁵ *Ibid.*, p.655.

¹⁶ *Ibid.*, p. 660.

indépendamment de ces expériences, perceptions et actions »¹⁷. Rapporté à la lecture, cela signifie qu'aucun texte ne nous présente un monde indépendant, externe, physique. Il se présente davantage comme une séquence de photos dans un album. Nous rencontrons continuellement de la discontinuité entre ces photos, mais nous ne nous en rendons pas compte, notre travail de lecture assure la cohérence et permet de réaliser la constitution continue du monde décrit par le texte. Dans la lecture *simpliciter*, la lecture projette l'horizon de la lecture plus loin : le texte fournit une consistance à l'élaboration ultérieure du travail de sa propre lecture. Le lecteur ne place pas les choses en suspens, il est trop engagé dans son travail de lecture pour le mettre en perspective d'autres lectures possibles. « Par analogie, considérons l'exemple de notre perception d'une maison. Bien que les caractéristiques d'une maison particulière se déploient dans le temps à mesure que nous tournons autour d'elle, nous voyons la maison en tant qu'elle possède des propriétés en elle-même. Nous expérimentons la maison comme indépendante de notre expérience d'elle et comme vivant en dehors du temps de cette expérience. D'un autre côté, le travail de fiction, du fait qu'il offre un monde en dehors de sa textualité physique, a des trous potentiels sans fin dans sa propre description. Les lecteurs ne remarquent pas ces trous à cause de leur engagement dans le projet de lecture en cours. L'implication des lecteurs dans ce projet et dans sa propre élaboration et auto-explication donne à la lecture l'expérience de son atemporalité »¹⁸. En somme, la fiction, si elle capte l'intérêt du lecteur, le fait en l'emmenant plus loin dans ce qui la concerne. Le lecteur se retrouve plongé dans un monde « déjà là ». Et son plaisir de lecture tient largement du détail de ce monde, de sa texture : « De l'intérieur de la lecture ordinaire, le plaisir de la lecture est le processus de lire lui-même. Le plaisir ici n'est pas une entité abstraite (...) Ce plaisir est lié au 'juste-ça' détaillé du texte qui est en train d'être lu : c'est (...) la concrétude découverte du travail de lire ce texte particulier »¹⁹.

Mon expérience esthétique ordinaire, dans mes tribulations marocaines, me conduit précisément à récuser la mise à distance spécialisée de l'objet sur lequel porte un jugement esthétique. Je ne veux pas décider de ce qu'un objet est beau ou moche, un authentique ou une contrefaçon, une imitation fascinante ou une pâle copie, juste parce que je maîtrise l'histoire de la confection de ce type d'objet. Autrement dit, je ne veux pas objectiver ces objets, mais plutôt décrire le regard-en-train-de-porter-dessus. L'objet d'un jugement esthétique apparaît alors nécessairement comme fait de la relation indissociable entre l'objet lui-même et celui qui lui porte son regard. L'objet vit par et dans le processus de sa contemplation (au sens le plus plat possible de ce mot). L'objet est vu et se regarde pour ce qu'il donne à voir, et cela varie du tout au tout selon la personne qui pose ses yeux dessus. Du côté de l'artisan de l'objet, tout est dit dans l'objet lui-même, tandis que, du côté de son contemplateur, tout se joue dans le regard sur l'objet, un regard doublement instruit : par l'objet lui-même et ce qu'il offre au regard (forme, couleur, disposition, contraste) ; par l'arrière-plan de compréhension de cet objet (culture, savoir, éducation, sensibilité). Cela ne se joue pas analytiquement, dans le décryptage des « données du problème », mais dans un seul et même mouvement, sans mise en suspens, sans mise à distance objectivante (sauf exception, le cas du spécialiste ou du collectionneur apparaissant dès lors comme particulier et non plus générique), dans le fil d'une expérience, celle de voir des objets et de porter un jugement esthétique à leur égard. Dès lors, mon plaisir, mon étonnement, mon dégoût ou mon ravissement tiennent à la texture de ce que je regarde et non à ce qui peut être dit des tréfonds de sa généalogie, de son archéologie ou de son impensé.

¹⁷ *Ibid.*, p.661.

¹⁸ *Ibid.*, p.664.

¹⁹ *Ibid.*, p.671.

Quand je vois tous ces objets dotés d'une dimension esthétique, je me rends compte à quel point le regard qu'on leur porte est formé, éduqué, formaté, conditionné. C'est le cas de celui qui a fabriqué l'objet, disposé son étal, dessiné la maison, réalisé la photo, constitué une collection ; mais aussi de celui qui porte le vêtement, achète le souvenir, accroche l'affiche à son mur, admire le tableau, soigne sa musculature. En ce sens, l'esthétique est un phénomène d'ordre, qui procède par alignement ou par décalage, par mimétisme ou par contraste, par référence à des points de repères et par démarcation à leur endroit. L'orientation de l'artisan vers le goût du touriste ou l'inclination de ce dernier pour l'authentique n'est qu'un cas de figure particulièrement marqué de cette tendance à produire et reproduire, adopter et adapter les critères du beau en fonction de l'« air du temps » et de la place qu'on occupe dans les configurations sociales qui y prévalent. Mais en même temps, l'objet lui-même n'est jamais absent de ce dispositif. Il en est même l'élément central. Point de bon ou mauvais goût sans objet. Goûter est un verbe transitif, contrairement à dormir ou marcher : on goûte quelque chose. Le jugement esthétique, qu'il soit destiné à autrui (« faire beau ») ou relève de l'opinion personnelle (« trouver beau »), est une expérience alliant qui je suis et ce que je vois, en situation.

Il n'y a pas que les chats qui empruntent des chemins de traverse

« Quoiqu'il soit certain que le beau et le laid n'existent pas davantage dans les objets que le doux et l'amer, et que toutes ces qualités n'ont également leur existence que dans le sentiment interne ou externe, il faut pourtant qu'il y ait dans les objets des choses propres à produire tel ou tel sentiment »²⁰.

J'aime le café sans sucre, mais pas le thé. Fayrouz me plaît davantage qu'Oumm Koulthoum et Cheb Khaled que Nass El Ghiwane. Je connais des collègues marocains qui apprécient les vitrines chargées de bibelots, les escaliers de marbre et les tentures festonnées, tandis que j'en connais d'autres, français, qui affectionnent les « intérieurs ethnographiques », où se côtoient banquette arabe, kilim berbère, argenterie hassani, mais aussi savant éclairage halogène. Le vendeur du souk (fig. 6/31) manifeste une sensibilité esthétique dans l'agencement de son étalage et la jeune gardienne de l'agadir de Tasguent (fig. 6/29) une recherche d'élégance dans l'agencement de ses vêtements. Je suis sensible au charme des ruines du quartier juif de Sefrou, tandis que ses habitants n'y voient qu'un terrain vague ; mais ils trouvent plaisir à la musique tonitruante des parcs d'attraction, alors que je n'entends qu'un vacarme informe et assourdissant. Il y a un monde entre le riad qui vise une clientèle raffinée et tente de créer à cet effet une ambiance intimiste empreinte d'authenticité, l'hôtel moderne qui parie sur sa fonctionnalité et donc sur l'esthétique standardisée et mondialisée, et le petit fondouk miteux qui accroche une croûte orientalisante pour émuler ses concurrents. Et pourtant, ils ont en commun de se prêter une clientèle et de mettre en scène leur intérieur à l'image qu'ils s'en font.

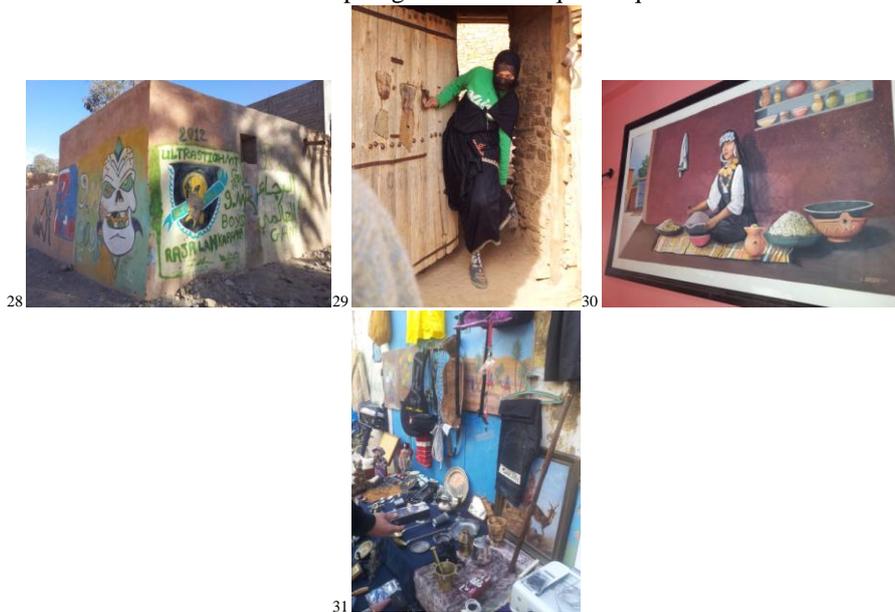
S'il est bien une caractéristique indubitable du goût, c'est son ubiquité. Pour rendre compte de tout cela, je ne suis pas sûr que la voie académique soit la meilleure. En tout cas, par incompetence peut-être, je n'ai pu tout à fait m'y résoudre. Cela tient à ce que saisir le goût *simpliciter* ne souffre pas la mise à distance du jugement esthétique *cultura*. Bien sûr, en disant cela, j'ai déjà opéré une objectivation analytique. C'est en quelque sorte le dilemme phénoménologique : tout se joue dans l'expérience, voire l'empathie, mais la mise en récit de l'expérience lui fait perdre sa qualité phénoménologique. Mieux vaut toutefois un dilemme insoluble qu'un choix par défaut. Je préfère chercher mon chemin vers le sommet d'un pic

²⁰ David Hume, *Dissertation sur la règle du goût*, Fayard, 2012, p.26.

inaccessible, tout en sachant que je n’y arriverai pas et devrai de toute manière en redescendre, que chercher l’équilibre d’une balançoire en mettant tout mon poids à l’une de ses extrémités pour ensuite courir à toute vitesse de l’autre côté.

« Cependant quelques efforts que nous fassions pour fixer la règle du goût et pour y ramener les diverses opinions des hommes, il reste toujours deux sources de variété, qui à la vérité ne vont pas jusqu’à faire confondre les limites du beau et du laid, mais qui pourtant font naître de la différence dans les degrés d’approbation et de blâme : la première consiste dans l’humeur, qui n’est pas la même chez tous les hommes ; la seconde, dans les mœurs et dans les opinions particulièrement affectées à chaque temps et chaque nation »²¹.

Figure 6
Une anthropologie de l’esthétique du quotidien



Avec l’humour qui le caractérise, Stephen Jay Gould²² se prend à rêver d’être, l’espace de quelques minutes, dans la tête d’un paresseux ou d’un voutour, parce que ce serait la seule façon de percevoir comment ils sentent leur monde et celui des hommes. Ce serait sans doute la seule solution, même entre humains, pour parvenir à vraiment sentir ce qu’autrui ressent à la vue de tel ou tel spectacle. Les mots ne sont jamais que ces approximations maladroites dans cette conquête de l’altérité : « les chiens restent des chiens ressentant ce qu’ils ressentent indépendamment des étiquettes que nous choisissons »²³. Ce qui est évident, c’est que nous n’y voyons goutte en ramenant l’expérience esthétique à nos seuls critères personnels ou culturels, à des idées et des repères que ceux qui vivent cette expérience ne peuvent avoir eus. Un choix esthétique ne peut être saisi qu’en contexte, celui qui a conduit a formulé pareil choix. L’absence de perspective d’une peinture moyenâgeuse ne peut être appréhendé à partir de l’obsession perspectiviste de la Renaissance, mais à partir de cet ensemble dédiées cohérentes et plutôt bien adaptées de la culture de l’époque. La question prend un tour subtil à un moment d’intense brassage des peuples, où les goûts circulent sans plus être le trait culturel spécifique d’aucun en particulier, tout simplement parce que les critères du goût se

²¹ *Ibid.*, p.39.

²² Gould, *Les coquillages de Léonard*, Seuil, 1998.

²³ *Ibid.*, p.404.

multiplient, se rencontrent, se croisent, convergent ou se contredisent, en tout ou en partie (fig. 6/28).

L'esthétique est donc un phénomène d'ordre. Elle agence notre regard, par voie d'affinité ou de répulsion. Elle s'appuie sur un socle, mais celui-ci est mouvant, tant et si bien qu'il faut ajuster la lunette en permanence. Elle s'insère dans une grammaire qui ne peut être que contextuelle : c'est avec l'invention de l'aquarium qu'est née l'habitude de représenter le poisson de profil et dans son milieu naturel. Elle s'adresse à un public dont on cherche à susciter l'émotion, entre autre son désir d'authenticité, quitte à lui faire prendre des vessies pour des lanternes, comme dans la vente de pseudo-fossiles sur les contreforts de l'Atlas. Elle procède d'un goût de l'accumulation, de l'exhaustivité, d'un espoir de totalité et d'une passion pour toute singularité, d'une passion baroque pour les curiosités, comme au musée Belghazi, ou en obsession pour la classification, chez les spécialistes de culture matérielle. Elle n'est pas toujours intense ou raffinée, elle est souvent banale et grossière, voire laide et vulgaire (fig. 6/30), elle n'en demeure pas moins esthétique. Elle aligne ou décale, ajuste ou déboîte. Elle est sociale, culturelle et statutaire, mais elle tient intrinsèquement à l'objet lui-même. Elle a une finalité, sa qualité étant alors fonction de ce qu'elle atteint plus ou moins son but. Enfin, elle vise à produire un effet, qui sera reçu différemment selon son spectateur : « L'enseigne la plus mal barbouillée a un certain éclat et une certaine justesse d'imitation, qui sont des beautés, et qui paraîtraient admirables à un paysan ou à un sauvage »²⁴.

²⁴ Hume, *Ibid.*, p.31.