



CONSOMMER L'ORIENT



Du 29 janvier 2010 au 26 février 2010

Paris, Académie des Beaux-Arts

Exposition ouverte du mardi au dimanche de 11h à 19h

“Consommer” l’Orient, tel est le thème principal de cette exposition regroupant un grand nombre d’objets conçus pour présenter, définir, expliquer, apprivoiser ou caricaturer un Orient à l’attention du public occidental. Cette visite guidée à travers les représentations de l’Orient reprend quatre des thèmes les plus courants de ce discours orientaliste : l’exotisme, le regard ethnographique, l’érotisme et la perspective historique. L’exposition se termine sur un phénomène particulièrement surprenant, celui de l’orientalisme ottoman et turc, c’est-à-dire la reprise de certains clichés orientalistes par ceux-là même que cette idéologie prenait pour cible.

L'ATTRAIT DE L'EXOTISME

Dans l'imaginaire occidental, et ce pendant des siècles, l'Orient est avant tout une destination, un endroit lointain et différent que de nombreux auteurs et voyageurs se succédant sur les routes du Levant tenteront de comprendre et de décrire par des textes qui attisent la curiosité d'un public de plus en plus avide de connaissance et de dépaysement. Vers la fin du dix-neuvième siècle, l'émergence en Occident d'une société de consommation contribue grandement à la transformation de l'Orient en un produit de plus en plus accessible au grand public. L'Orient devient ainsi de plus en plus présent dans les romans et dans la littérature de voyage, au sein des salons et à travers les objets du quotidien, tandis que l'effet combiné des changements révolutionnaires survenus dans les transports et de l'emprise coloniale sur le pourtour méditerranéen le rendent accessible à un nombre sans cesse croissant de visiteurs. Guides touristiques, romans empreints d'exotisme, affiches publicitaires de compagnies de navigation ou de syndicats d'initiative, bandes dessinées jouant sur le dépaysement, boîtes de cigarettes et cartes postales retracent ainsi les grandes lignes de cette commercialisation de l'exotisme oriental

LA CURIOSITE ETHNOGRAPHIQUE

L'intérêt pour l'exotisme et le dépaysement s'accompagne le plus souvent d'une curiosité, voire d'une fascination, pour les personnages qui meublent les scènes et les paysages orientaux, réels ou imaginaires. Des « sauvages » exhibés lors des grandes expositions ou dans de véritables zoos humains aux « indigènes » intégrés dans les parcours touristiques, l'élément humain répond souvent à une curiosité malsaine et confirme l'Homme occidental dans son sentiment de supériorité, mais il contribue aussi, beaucoup plus innocemment, à donner une touche d'authenticité ou à assouvir une certaine envie de connaître et de comprendre l'Autre. Affiches touristiques et cartes publicitaires, bibelots et objets décoratifs, cartes postales et guides de voyageurs, emballages de produits et bandes dessinées reproduisent ainsi des types et des scènes censés recréer l'atmosphère d'un Orient à la fois lointain et familier.

FRISSONS EROTIQUES

Depuis le Moyen-âge, l'Occident s'est interrogé sur la sexualité orientale, généralement jugée différente, parfois même menaçante. Harems et odalisques, polygamie et homosexualité, les sujets ne manquent pas pour nourrir une curiosité et une fascination qui souvent ne font que cacher une anxiété concernant les mœurs sexuelles occidentales. Projection de tabous, assouvissement de fantasmes, fascination sincère pour un monde inaccessible, quelle que soit leur motivation, l'intérêt des Occidentaux ne cessera de croître jusqu'à constituer, au dix-neuvième siècle, un des leitmotivs les plus puissants de l'orientalisme. Les nombreuses éditions des *Mille et une nuits*, le recours fréquent au thème de l'odalisque dans la publicité, les cartes postales osées de la fin du dix-neuvième siècle sont autant de traces de cet engouement que le cinéma, la bande dessinée et la culture populaire continuent de nourrir de nos jours.

EN QUETE D'HISTOIRE

La passion occidentale pour l'Orient s'accompagne souvent du besoin de fournir un contexte et une dimension historiques aux visions créées. Parfois, il s'agit d'un désir plus ou moins explicite de s'appropriier ces terres lointaines en en rappelant l'origine judéo-chrétienne ou gréco-romaine : Palestine biblique, sites grecs ou croisés du Levant, héritage romain en Cyrénaïque... Le plus souvent, toutefois, c'est simplement l'idée que l'Orient est figé dans le temps, intemporel, qui permet de faire ce rapprochement. Dès lors, tout voyage en Orient devient un voyage dans le passé, dans un monde que domine la tradition et qui n'a pas d'autre futur que l'occidentalisation. Sphinx et pyramides, ruines et musées, mosquées et palais en viennent à décrire cet Orient historicisé qui réapparaît sans cesse sur tous les supports publicitaires et les objets produits pour des consommateurs friands d'exotisme.

LE CAS TURC

Dernier volet de l'exposition, le cas ottoman et turc révèle un paradoxe apparent : l'Empire ottoman et, plus tard, la Turquie reprennent souvent à leur compte certains des clichés orientalistes qui les prennent pour cible. Si cet « orientalisme oriental » surprend, il n'en est pas moins logique dans un contexte d'occidentalisation. En acceptant la supériorité de l'Occident, les Ottomans et les Turcs sont tentés de se « blanchir » en rejetant sur ceux qu'ils considèrent plus Orientaux qu'eux les stigmates de l'orientalisme. Il en résulte une idéologie hybride qui s'invente des catégories orientales : l'Arabe, le nomade, le dévot, le Kurde, le paysan... Le phénomène ne fait que s'accroître sous la République dont le discours moderniste et laïque est fortement empreint d'orientalisme, tandis que la demande touristique et la redécouverte du passé légitiment un retour progressif à des formes et traditions orientales. Il en résulte une surprenante production d'objets turcs reprenant la plupart des clichés orientalistes en les adaptant à un contexte local. Oscillant entre l'invention de l'autre et l'auto-orientalisation, l'orientalisme ottoman et turc est une sorte d'hommage payé à la puissance de l'orientalisme occidental.



RENDEZ-VOUS

Mercredi 3 Février 2010, 16h30 : Communication de M. Edhem Eldem, Commissaire de l'exposition, dans la Grande salle des séances de l'Institut de France.
Ouvert au public sur invitation.

Vendredi 12 et Samedi 13 février 2010 : « L'orientalisme, les orientalistes et l'Empire ottoman. De la fin du XVIIIe siècle à la fin du XXe siècle », colloque organisé par l'Académie des Inscriptions et Belles Lettres suivie d'une visite privée de l'exposition.



Informations pratiques :

Contact Presse "Saison de la Turquie en France"
Opus 64 : Patricia Gangloff et Thibault Tourmente // 01.40.26.77.94 // p.gangloff@opus64.com

Contact presse "Académie des Beaux-Arts"
Agence Catherine Dantan // 01.40.21.05.15 ou 01.40.21.05.80 // cdantan@yahoo.fr

Académie des Beaux-Arts, Paris
Salle Comtesse de Caen
27, Quai de Conti – 75006 Paris T. 01 44 41 43 20
www.academie-des-beaux-arts.fr

L'ACADEMIE DES BEAUX-ARTS

L'Académie des Beaux-Arts est l'une des cinq Académies composant l'Institut de France. Forte de 57 membres répartis dans 8 sections artistiques, elle s'attache à promouvoir et encourager la création artistique dans toutes ses expressions et veille à la défense du patrimoine culturel français. Elle poursuit ses missions de soutien à la création par les nombreux prix qu'elle décerne chaque année, une politique active de partenariats financiers avec des institutions culturelles ainsi que ses activités de conseil dans le domaine de l'éducation artistique.

À PROPOS DE L'ACADÉMIE DES BEAUX-ARTS : WWW.ACADEMIE-DES-BEAUX-ARTS.FR

LA SAISON DE LA TURQUIE EN FRANCE (JUILLET 2009 - MARS 2010) EST ORGANISEE :

- pour la France : par le ministère des Affaires étrangères et européennes et le ministère de la Culture et de la Communication, et mise en œuvre par Culturesfrance.
Président du comité d'organisation : M. Henri de Castries, Président du Directoire du Groupe AXA

Commissaire général : M. Stanislas Pierret, commissaire adjoint : M. Arnaud Littardi

- pour la Turquie : par le ministère des Affaires étrangères et le ministère de la Culture et du Tourisme, et mise en œuvre par IKSU (Fondation d'Istanbul pour la culture et les arts)

Président du comité d'organisation : M. Necati Utkan

Commissaire général : M. Görgün Taner, commissaire adjointe : Mme Nazan Ölçer
www.saisondelaturquie.fr

La Saison de la Turquie en France bénéficie du soutien d'un comité de mécènes présidé par Henri de Castries et constitué de : AREVA, AXA, EADS, Total, BNP Paribas, Gras Savoye, Groupama, Groupe La Poste, LVMH, Mazars, Publicis Groupe, VEOLIA environnement.

A PROPOS DE LA SAISON DE LA TURQUIE EN FRANCE : WWW.SAISONDELATURQUIE.FR

