

**« La marque jeune »
Dossier de presse
Mars 2010**



Introduction :.....	3
Le MVW et ses réseaux de collaboration internationale.....	4
La marque jeune :.....	4
La marque jeune à Liège :.....	5
Des animations et une visite :.....	5
Un espace de parole à la fin de l'exposition :	6
Un document pédagogique pour exploiter la visite :.....	6
Un espace d'exposition pour les travaux réalisés en classe :	7
Informations générales :.....	7
Le Musée de la Vie wallonne pour les jeunes :.....	7
Concours :	8
Annexes	10
La visite par les comédiens	10
Rappel de l'opération « Passages, croiser les Imaginaires »	11

Introduction :

Reflet de la Wallonie d'hier, d'aujourd'hui et de demain, le Musée de la Vie Wallonne se veut le lieu de questionnement de notre société à travers le parcours permanent, mais aussi à travers les expositions temporaires qui apportent un regard neuf sur les thématiques abordées par le musée. Organisée dans le cadre de « **Passages, croiser les imaginaires** », l'exposition aborde le thème du « Passage » de façon ethnologique puisque l'un des points de départ de la réflexion qui a nourri « la marque jeune » n'est autre que le rite de passage de l'enfant à l'adulte, ancestral, présent dans toutes les sociétés et toutes les époques, souvent mal interprété par les médias, au cœur de la question ethnographique depuis qu'il a été théorisé la première fois, au début du XXe siècle, par Arnold Van Gennep, ethnologue dont la carrière s'est d'ailleurs construite à Neuchâtel. La jeunesse est ici abordée sous l'angle médiatique et de façon volontairement caricaturale afin de susciter réflexions et réactions.

Outre cette question rituelle, le passage, c'est aussi la transition vers de **nouveaux modes d'interpellation du public** par les musées de société. L'exemple de Neuchâtel est d'ailleurs celui d'une institution à la réputation internationale qui n'a pas eu peur de bousculer les habitudes pour présenter des expositions différentes, actuelles. Il va de soi que « La marque jeune » se veut la **première grande exposition en lien direct avec la mission du Musée**, après bien sûr « Vie de grenier », première étape vers cette démarche de symbiose avec le contenu du parcours muséal, prolongeant et affinant le point de vue sur l'exposition permanente. Une exposition de société dans un Musée de société, c'est la concrétisation de la volonté provinciale qui a aboutit à la réouverture du Musée dans un premier temps et à « La marque jeune » dans un deuxième temps, une exposition qui se veut plus interpellante, plus audacieuse, plus tournée vers le présent.

Cette exposition est aussi la concrétisation de la volonté de la Province dans le domaine de la **Jeunesse**, volonté qui se déclinera de manière très concrète également lors de la prochaine séance thématique du Conseil provincial, diffusée en direct sur RTC le 18 mars, consacrée à la jeunesse et qui profitera à n'en pas douter de l'éclairage intelligent apporté par « La marque jeune ». Toutes ces réflexions sont la marque d'un questionnement permanent sur la manière de rencontrer les jeunes dans les pratiques provinciales.

Une nouvelle fois, cette collaboration prouve également le souci de la Province de Liège de créer des passerelles entre les différentes structures provinciales, en l'occurrence le Service Jeunesse (dont le travail trouve ici un écho tout particulier), l'Enseignement (puisque l'affiche a été réalisée par un étudiant en infographie de la Haute Ecole Eli Troclet, Jérôme Mariette), les Affaires culturelles (entre autres, à travers la formation des comédiens qui guideront l'exposition) la Régie des bâtiments (sans laquelle la transformation physique de l'espace St Antoine n'aurait pas été possible) et le Musée de la Vie Wallonne.

Le MVW et ses réseaux de collaboration internationale

Depuis quelques années, le Musée de la Vie wallonne renforce et accroît son réseau relationnel international.

La constitution d'un étroit tissu d'échanges de savoir-faire, de conseils scénographiques, de transferts d'expositions et de partage d'expériences touristiques, techniques et scientifiques dans des secteurs aussi variés que l'informatisation d'inventaires, la conservation, l'étude et la diffusion des collections...telles sont quelques unes des raisons évidentes d'une recherche assidue de mise en réseau de notre institution muséale.

De longue date sont établis des contacts privilégiés et personnalisés avec le Musée de la Civilisation de Québec, le Conservatoire national des arts et métiers (CNAM) de Paris ...

La présente exposition, découverte dans sa version originale au Musée d'ethnographie de Neuchâtel, a généré un nouveau lien avec nos amis suisses que nous fréquentons aussi par ailleurs grâce à nos contacts avec le Musée jurassien d'art et d'histoire de Delémont. Le Musée de la Vie wallonne est également en relation avec les équipes du Musée de la Ville de Luxembourg, le Musée des Beaux-arts de Marseille, les Musées de Gadagne à Lyon (Musée d'histoire de Lyon, l'Edifice renaissance et le Musée des marionnettes du monde.), le Musée vivant du Roman d'aventures de Montpellier.

Depuis plusieurs mois se dessine concrètement un projet touristique commun, en réseau, avec nos voisins du Bonnefanten Museum de Maastricht et du Galloromeinse Museum de Tongres, afin d'accroître la mobilité de nos visiteurs respectifs chez les partenaires du projet.

La marque jeune :

« Ah les jeunes d'aujourd'hui ! Privilégiés mais jamais contents. Comment les comprendre ? Ils passent tout leur temps devant la télé ou sur leur console de jeux, ou alors ils traînent dans la rue pour écrire des graffiti, faire du tapage, provoquer des bagarres. Et à l'école, ce n'est pas mieux : on rackette, on vend de la drogue, parfois même on tue. Comment ne pas avoir peur quand on voit tout cela aux informations ? »

Ce discours d'insécurité véhiculé par les médias est le point d'ancrage de l'exposition. Nostalgique d'un âge d'or fantasmé où l'enfant, en douceur et constamment encadré, devenait peu à peu adulte, l'exposition raconte les générations successives de jeunes turbulents, met en scène les peurs provoquées par leurs comportements déviants, étale la récupération de la révolte par le marketing. La scénographie introduit, dans des espaces aux esthétiques caricaturées, des objets rituels témoins d'autres cultures faisant contrepoint. Elle souligne l'importance de ces rites comme outil de compréhension du monde et d'intégration à celui-ci.

Cette exposition pose de manière saisissante le besoin de rites qui structurent les « Passages » de la vie. La transformation qui induit le « Passage » de l'enfance à l'âge adulte, l'adolescence, concept de l'après-guerre, est le temps de l'incertitude, de la révolte, de la contestation, générant des rites de refus qui, paradoxalement, sont vecteurs de socialisation et d'intégration sociale. Elle met enfin en évidence toutes les démarches de récupération marchande dont font l'objet les courants alternatifs, nés bien souvent dans les banlieues urbaines.

La marque jeune à Liège :

Le Musée de la Vie wallonne est heureux d'accueillir l'exposition **La marque jeune**, conçue et réalisée par le Musée d'Ethnographie de Neuchâtel. Cette exposition, qui a connu un grand succès en Suisse, témoigne, comme tous les projets menés par le MEN, de la pertinence, de l'originalité et de l'audace qui font la réputation de ce grand musée. Adaptée à la Belgique, dans le cadre de « **Passages, croiser les imaginaires** » (dont vous trouverez un rappel en annexe), cette exposition s'inscrit dans une optique de concrétisation de la volonté de la Province dans le domaine de la Jeunesse, volonté qui se déclinera de manière très concrète également lors de la prochaine séance thématique du Conseil provincial, le 18 mars, consacré à la jeunesse qui profitera à n'en pas douter de l'éclairage intelligent apporté par « La marque jeune ». Toutes ces réflexions sont la marque d'un questionnement permanent sur la manière de rencontrer les jeunes dans nos pratiques provinciales.

Marc-Olivier Gonseth, Yann Laville et Grégoire Mayor, respectivement conservateur et conservateurs adjoints du MEN, ont participé activement à la mise sur pieds de l'exposition à Liège et ont ainsi assuré la transposition cohérente de « La marque jeune » de la Suisse à la Belgique. A Liège, ils ont notamment travaillé avec une historienne, Carine Filiber et un scénographe, Jean-Louis Beaumont. L'adaptation devait prendre en compte les spécificités wallonnes. Un chalet des alpages a donc été remplacé par une maison ardennaise en moellon, les objets helvètes ont fait place aux objets de notre réalité quotidienne. Certaines pièces ethnographiques ne pouvant faire le voyage depuis la Suisse, l'équipe s'est tournée vers les collections des musées nationaux : les Musées Royaux d'Art et d'Histoire de Bruxelles, le Musée Royal de l'Afrique centrale de Tervuren et le Musée International du Carnaval et du Masque de Binche, illustration supplémentaire du travail en réseau dont vous trouverez quelques détails ci-dessous.

Ajoutons enfin un mot sur la place toute particulière de l'art contemporain dont vous découvrirez comment il s'est basé sur la révolte à travers des artistes comme Johan Muyle, Michael Dans ou encore Kendell Geers. Un espace à souligner puisque nous le devons au travail de Pierre Henrion qui a su convaincre ces artistes de prêter leurs œuvres dans le cadre de « La marque jeune ».

Des animations et une visite :

Des animations ont été spécialement conçues pour le public jeune. Deux comédiens professionnels incarnent Alex et Tiffany. Ces personnages échangent leurs avis, partagent leurs émotions, racontent des anecdotes, et interagissent avec les jeunes visiteurs.

Pour intéresser les jeunes à une exposition qui parle d'eux-mêmes, il faut leur permettre de prendre la parole. C'est pourquoi l'équipe liégeoise a eu l'idée de concevoir une animation réalisée par deux comédiens s'identifiant à des jeunes de moins de vingt ans. Alex, plutôt contestataire, a suivi des cours d'analyse des médias et a rédigé un travail de fin d'année sur mai 68. Tiffany semble plus conventionnelle. Son oncle ethnologue lui parle souvent de ses travaux. Le monde des rites ne lui est pas étranger. Sur le mode d'une conversation dans laquelle ils échangent leurs avis, partagent leurs émotions, racontent des anecdotes, interagissent avec les jeunes visiteurs, ils transmettent le sens

du discours mis en scène dans le parcours. Sous la houlette du metteur en scène Luc Jaminet, les 6 jeunes comédiens qui endosseront les rôles ont ainsi travaillé durant plusieurs semaines afin de donner vie aux deux personnages. Vous trouverez plus de détails sur leur intervention dans les annexes de ce dossier de presse.

Des visites plus « traditionnelles » seront également organisées et donneront elles-aussi un éclairage particulier sur l'exposition.

Un espace de parole à la fin de l'exposition :

Particularité liégeoise, placé à la suite du dernier espace du parcours, le forum accueille les jeunes et leurs accompagnants qui désirent partager leurs impressions à chaud. Dans cet espace, un mur est consacré aux articles de presse qui ont pour thème « les jeunes à problèmes ».

Un document pédagogique pour exploiter la visite :

La contestation des jeunes est exploitée dans la presse, elle est un sujet d'étude pour des spécialistes en sciences humaines, elle s'exprime aussi dans des chansons. Il est proposé aux visiteurs de comparer ces trois types de discours, réunis sur un même support. Ainsi, à travers un dossier pédagogique, une grille d'analyse de chaque discours mis en exergue par l'exposition est proposée et permet un décodage pertinent de « La marque jeune ».

Exemples :

1.

« Chacune des cultures jeunes mérite qu'on s'y intéresse pour la simple raison qu'elle manifeste beaucoup plus que ce qu'elle est. Toutes parlent de l'inconscient de l'histoire occidentale. Elles expriment aussi ses crispations, ses peurs, ses rapports à la vie, à la mort, à la souffrance, à la solitude, au corps, au sexe, au temps, au divin. Leurs systèmes de valeurs et leurs conceptions du monde ne soient pas toujours en porte-à-faux avec le monde social ambiant. On pourrait même proposer qu'une culture jeune rende manifeste, sous un mode paroxystique, ce qui se trame dans le ventre du social. »

Denis JEFFREY, *De l'esprit hippie à la culture punk*, dans *La marque jeune*, Catalogue d'exposition, Neuchâtel, 2008

2.

« Mais qu'est-ce, mais qu'est-ce qu'on attend pour foutre le feu ?
Les années passent, pourtant tout est toujours à sa place
Plus de bitume donc encore moins d'espace
Vital et nécessaire à l'équilibre de l'homme
Non personne n'est séquestré, mais s'est tout comme
C'est comme de nous dire que la France avance alors qu'elle pense
Par la répression stopper net la délinquance
S'il vous plaît, un peu de bon sens
Les coups ne régleront pas l'état d'urgence
A coup sûr...
Ce qui m'amène à me demander
Combien de temps tout ceci va encore durer
Ça fait déjà des années que tout aurait dû péter
Domage que l'unité n'ait été de notre côté

Mais vous savez que ça va finir mal, tout ça
La guerre des mondes vous l'avez voulue, la voilà
Mais qu'est-ce, mais qu'est-ce qu'on attend pour foutre le feu ?
Mais qu'est-ce qu'on attend pour ne plus suivre les règles du jeu ? »

NTM, *Qu'est-ce qu'on attend*, dans l'album *Paris sous les bombes*, 1995.
<http://fr.lyrics-copy.com/ntm/quest-ce-quon-attend.htm>

Un espace d'exposition pour les travaux réalisés en classe :

Parce que les jeunes ne souhaitent peut-être pas s'exprimer à chaud dans un forum, le Musée de la Vie Wallonne met à leur disposition des cimaises sur lesquelles ils pourront venir exposer ce qui aura été exploité en classe. Une exposition dans l'exposition en quelque sorte.

Informations générales :

La Marque jeune

Musée de la Vie Wallonne – Espace Saint Antoine
Cour des Mineurs 4000 Liège
+32 (0) 4 237 90 50
www.viewallonne.be
info@viewallonne.be

du mardi au dimanche : de 9h30 à 18h00 pour tous publics
le lundi exclusivement pour les **groupes sur réservation**.
Fermeture le 01 mai 2010.

Tarif :

Exposition : Individuels adultes 5 € - Seniors 4 € - Enfants et Jeunes (6-18) 3 €
Groupes adultes 4 € - Seniors 3 € - Enfants et Jeunes (6-18) 2 €

Expo + Musée : tarifs similaires majorés de 2 €

Visites guidées sur réservation : 1h30 - Adultes : 20 € * Seniors - Enfants & Etudiants : 15 €
Visites animées mardi et jeudi : 1h00 – Adultes 20 € * Seniors – Enfants & Etudiants : 15 €

Tarif groupe à partir de 10 personnes

Une visite payante = visites suivantes gratuites pour le même groupe !

Contacts presse : au 04/237 97 04 veronique.compere@provincedeliege.be
ou au 04/237 90 81 emmanuel.closset@provincedeliege.be

Le Musée de la Vie wallonne pour les jeunes :

Au-delà de l'exposition La Marque Jeune, le Musée de la Vie Wallonne propose des activités pour les jeunes et des visites guidées. Il est évidemment possible de combiner la visite de l'exposition avec celle du musée.

Visite commentée du musée - 2h

Visite du musée, suivant un parcours qui aborde les grands thèmes développés : WallonieS, (R)évolutions techniques, Jour après jour, Vivre ensemble, Vie de l'esprit. Cette visite est également proposée en néerlandais, en allemand et en anglais. Chaque 3e dimanche du mois à 14h, les visiteurs individuels peuvent suivre une visite guidée. Réservation souhaitée

Visite commentée de l'exposition VIE de GRENIER (jusque fin 2010) - 1h

En compagnie du guide, le groupe découvre les coulisses du musée, ses objets insolites, ses missions et son évolution dans le temps.

Les (R)évolutions - 1h30

Le guide aborde les révolutions en Wallonie, qu'elles soient politiques (création de la Wallonie, histoire du Mouvement wallon...), sociales (droits individuels et collectifs...) ou économiques (révolution industrielle, nouvelles technologies...).

Croyances et fêtes populaires - 1h30

La Wallonie, terre de pèlerinages, de fêtes et de croyances ? Une manière de découvrir le musée à travers le culte des saints, les remèdes populaires, les fêtes calendaires, les ducasses...

Une demi-journée au musée - 3h

Formule qui permet de combiner une visite au choix à un spectacle de marionnettes, spectacle interactif qui emmène grands et petits dans le monde merveilleux du théâtre traditionnel liégeois.

Théâtre de marionnettes :

Séances publiques - 1h30

Selon le programme de la saison, de septembre à avril :

- tous les mercredis à 14h30 et les dimanches à 10h30

- séances supplémentaires pendant les vacances scolaires les mardis et jeudis à 14h30

Séances privées - 1h30

Sur réservation

Spectacle au choix : pièces de chevalerie, contes et féeries ou répertoire traditionnel

Nocturnes - 2h

Tout au long de la saison, le 3e vendredi du mois, le montreur fait revivre la tradition à travers son répertoire dans une ambiance conviviale.

Concours :

Gagnez avec votre classe une « visite animée » de l'exposition !

Participez et inscrivez-vous par voie postale au Musée de la Vie wallonne cour des Mineurs 4000 Liège ou par courriel sur info@viewallonne.be

Précisez votre nom et prénom, votre établissement scolaire et la classe concernée en ajoutant votre adresse postale et/ou votre courriel.

Le tirage au sort de deux gagnants sera effectué le vendredi 19 mars.

Pour toutes les photographies les copyrights sont © Musée d'ethnographie de Neuchâtel et © Province de Liège – Musée de la Vie wallonne

[Info : le visuel de l'expo](#)

La conception du visuel de l'exposition est l'œuvre de Gérôme Mariette, étudiant en infographie à la Haute Ecole Rennequin Sualem de la Province de Liège.

« Avec le soutien de la Fondation d'Utilité Publique Musée de la Vie wallonne. »

Annexes

La visite par les comédiens

Message : la peur fait vendre et c'est ce créneau que choisissent les médias pour parler des jeunes.

Situation : Tiffany et Alex sont vautrés sur le canapé, mangeant des chips et regardant la télévision. On perçoit entre eux une certaine intimité, une complicité. Ils réagissent aux images et les commentent.

A l'entrée des visiteurs, les comédiens se tournent vers eux et les invitent à s'installer.

Alex Venez, venez, entrez, poussez-vous, faites gaffe aux armoires.
Tiffany Désolée, y a pas de place pour tout le monde, on a pris le canapé.
Alex Allez hein, pousse-toi un peu, laisse la fille s'asseoir.

Ils attendent que tout le monde soit installé. Ils présentent le sachet de chips à la personne assise à côté d'eux. Tiffany, captivée par les images, comme par un thriller. Alex, plus blasé et distant.

Tiffany Alex, regarde, regarde, quand tu vois ça, tu te dis « je sors plus le soir », parce que là...

Alex Ben voilà, c'est gagné ! C'est justement ce qu'ils veulent, c'est foutre les jetons aux gens.

Tiffany C'est des vraies images, Alex. Ils les ont pas inventées.

Alex Ils les ont peut-être pas inventées, mais c'est les seules choses qu'ils montrent. T'allumes ta télé pour le JT, et ce que tu vois, c'est les trains qui déraillent, les attentats, les gens qui en flinguent d'autres. Et avec les jeunes c'est la même chose, quand ils montrent des images de nous, ce n'est pas ce qui va bien qu'on montre ; on montre des jeunes qui boivent, qui se cament, qui agressent les flics, qui foutent rien. Tu sais, à l'école on a un prof de « médias » qui dit toujours : « on ne parle pas des trains qui arrivent à l'heure ».

Tiffany Les trains qu'arrivent à l'heure ? Tu parles de quoi là ?

Alex Ben oui, les médias donnent aux gens ce qui veulent : des émotions. Ca, les images là, tu flippes ?

Tiffany A fond oui !

Alex Eh ben voilà, c'est fait exprès.

Tiffany Mais alors les gens qui soupent devant les infos, ils pensent que les jeunes, c'est ça ? Ils doivent avoir une super mauvaise image de nous ?

Alex T'as tout compris

Tiffany C'est un mensonge !

Alex Ca les médias s'en foutent. Ce qu'ils veulent, c'est faire du pognon.

Rappel de l'opération « Passages, croiser les Imaginaires »

Notre monde traverse une période de bouleversements sans précédents. Face à cette situation, le moment est venu de réfléchir et d'agir ensemble en mettant en évidence l'acte de création, élément central de la culture, de la science, de la recherche et de l'économie.

« Passages, croiser les imaginaires » est un vaste projet qui se propose durant la saison 2009-2010 de fédérer l'ensemble des acteurs culturels, sociaux, académiques, économiques, scientifiques et touristiques autour de projets mobilisateurs. Traité sous des approches multiples, ce concept invite à interroger des notions telles que la transmission du savoir, des valeurs, des expériences et des connaissances. Il évoque l'identité et la mixité culturelle, l'interculturel, l'intergénérationnel, mais aussi le changement.

Passages, croiser les imaginaires, se veut être un évènement fédérateur, unique et transversal. Toutes les disciplines sont concernées, du théâtre aux arts plastiques, de la lecture publique à la musique, signifiant l'importance du caractère interdisciplinaire d'une telle initiative.

Infos et programme : <http://www.provincedeliege.be/passages>