

Jacques Serrano, directeur artistique de la Semaine de la pop philosophie, reçoit, en partenariat avec le FRAC Provence-Alpes-Côtes d'Azur, Alain Chenu, sociologue, dans le cadre de MP2018 Quel Amour!

UN RENDEZ-VOUS
MP2018
Quel Amour!

Samedi 14 avril à 14H30 / Frac Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Des sentiers de la gloire aux boulevards de la célébrité, Alain Chenu

«L'intérêt du public pour les célébrités est une forme majeure de lien social dans le monde contemporain - un lien triangulaire, qui ne passe pas seulement par les célébrités et leur public, mais aussi par les médias. On propose une analyse des transformations de ce lien au travers du cas de l'hebdomadaire Paris Match, en scrutant les couvertures de ce magazine - près de 3600 parutions depuis sa création en 1949.

On constate d'abord que l'actualité est de plus en plus souvent traitée sur un mode personnalisé : le portrait de célébrité devient archi-dominant, les couvertures anonymes, du genre «Drame national. Fréjus» après l'effondrement du barrage de Malpasset (12 décembre 1959), sont de plus en plus rares.

Tout en haut du palmarès de la célébrité, on trouve non pas des personnalités françaises, mais des membres de familles aristocratiques britannique (les Windsor, avec la princesse Diana) ou monégasque (les Grimaldi, avec Caroline et Stéphanie). Viennent ensuite, dans une liste où s'entremêlent les mondes de la politique et du spectacle, Charles de Gaulle, Brigitte Bardot, Johnny Hallyday. La place du show business - et notamment des célébrités de la télévision - s'accroît. Le monde de la politique semble conserver sa part dans le total, mais il doit plus ce maintien au glamour des épouses ou compagnes qu'à l'action publique en elle-même.

Les dirigeants de Paris Match s'indignent lorsque certains commentateurs rangent leur magazine dans la «presse people» plutôt que parmi les généralistes de l'actualité. Ils ont probablement raison, ou du moins ils ne sont pas seuls responsables d'une lame de fond qui, à mesure que s'éloigne la grande histoire de la fin de la seconde guerre mondiale, des décolonisations, de l'effondrement de l'URSS, élargit l'espace ouvert aux industries du divertissement.»

Entrée gratuite

**Réservation conseillée par mail uniquement à l'adresse suivante : reservation@fracpaca.org
FRAC Provence-Alpes-Côte d'Azur, 20 boulevard de Dunkerque 13002 Marseille.**

AMOUR, GLOIRE ET BEAUTÉ

