



photo JMM

L'affiche est surprenante, mais après tout c'est le but. Le message doit être simple et percutant. Profitons de l'occasion pour en faire une analyse, en essayant d'être méthodique. Que voyons-nous : un espace de sens coupé en deux dans le sens de la largeur ; dans la partie supérieure un slogan : 1512-2012 500 ANS DE PASSION, et un logo « Unterlinden, Colmar »; c'est l'image, qui sépare les deux zones inégales, comme d'un trait presque horizontal : une poutre sommairement équarrie avec une main aux doigts crispés, un gros clou fiché dans la paume, prolongée, vers le bas, par un avant-bras allant jusqu'au bord droit inférieur de l'affiche. Cette main en occupe à peu près le centre. En-dessous de la poutre, dans la zone inférieure du tableau, de dimension réduite, on lit, en caractères plus petits : « 500° anniversaire du retable d'Issenheim », et sur la ligne inférieure, l'adresse du site internet du musée. En bas à droite, une série de logos discrets signalent les institutions et les collectivités publiques qui sont les commanditaires de cette commémoration. Ce n'est donc pas une affaire privée.

L'affiche que j'ai vue, le jour même du Vendredi-Saint 2012, était visible sur le bord d'une voie urbaine à grande circulation. L'observateur, s'il est pressé, ou simplement occupé à conduire, peut en rester à des impressions de surface. Bien souvent, il ne reconnaîtra pas le détail du panneau de la Crucifixion du retable d'Issenheim, et ne fera pas le lien,

instantanément, entre ce thème et le mot « passion » inscrit dans le slogan. D'ailleurs, il peut ne pas connaître l'œuvre du tout, ni parfois le sens religieux du mot « Passion ». Dans les trois groupes d'étudiants où j'ai effectué un sondage, la plupart n'avaient jamais vu en vrai le retable exposé dans la ville¹. Dans ce cas, la main, de loin, peut, faute d'être reconnue, évoquer le membre improbable de quelque créature cauchemardesque. De loin, la référence au retable et au musée n'est d'ailleurs pas lisible.

L'affiche a cependant des chances raisonnables d'être décodée par un grand public cultivé plus ou moins informé de l'œuvre. Ou alors, une observation plus attentive peut orienter des curieux vers une découverte. Il s'agit, tout de même, du joyau artistique de la ville de Colmar, et d'un point de vue économique, d'une source non négligeable de la manne touristique. Capter l'attention des passants pour les mener au musée est précisément la commande faite au publicitaire. C'est l'écart entre le traitement du sujet par la publicité, et celui effectué, habituellement, par le musée, qu'il est intéressant d'analyser. L'agence a bien fait son travail. Sa raison sociale figure en très petits caractères sur le bord droit de l'affiche, et dans le sens vertical. Elle est présente sur un site internet, où sa réalisation pour l'Unterlinden est accessible. Est précisée aussi l'origine de la peinture à laquelle appartient le détail : la Crucifixion. Mais il faut pour cela très attentivement examiner l'affiche : ces éléments y figurent pour ne pas être lus. Le traitement effectué n'est pas anodin, et si je m'y suis attelé, c'est dans le cadre de mon propre travail, apprendre à lire à des étudiants qui se préparent à faire de même, avec des enfants. Travail qui nécessite du temps et de l'attention, et de ce fait en général escamoté. Considérons successivement l'image, puis le slogan.

Le choix de montrer non pas le panneau de la Crucifixion dans son ensemble mais un détail : l'avant-bras et la main droite clouée sur la poutre, fonctionne sur l'affiche comme une métonymie : la partie vaut

¹ Exception faite de ceux qui, ayant effectué leur scolarité dans la très proche région, y ont fait des sorties scolaires

pour le tout. S'agissant d'une œuvre d'art exposée dans un musée, le choix relève aussi de la « citation » : les catalogues et autres ouvrages d'art ajoutent souvent à la reproduction de l'œuvre dans son ensemble celle de certains « détails » : l'observation fine enrichit la compréhension de l'ensemble. Mais ils le font autrement que sur l'affiche. D'une part le détail n'est jamais coupé de son contexte ; d'autre part le choix est toujours déterminé par une interprétation globale. On peut vérifier que la plupart des ouvrages consacrés au chef d'œuvre de Grünewald s'intéressent au détail des mains, mais différemment : non pas en isolant arbitrairement une seule main, mais en révélant ce qui fait « système ». La signification du panneau de la Crucifixion s'éclaire par une série de renvois internes. Ainsi les mains du Crucifié sont-elles inséparables des mains des personnages du premier plan : mains serrées de l'apôtre Jean et de Marie mère de Jésus, mains jointes de Marie-Madeleine, et main au doigt agrandi de Jean-Baptiste, associant le Crucifié à l'extrait des Écritures : « *il importe qu'Il grandisse et que je diminue* ». Ce langage des mains, que l'on ne peut approcher qu'en combinant les détails, disparaît de l'affiche. Mais il y a plus gênant encore. La main droite, sur le panneau du retable, a reçu de l'artiste un encadrement précis. On sait que Grünewald a dû composer savamment avec la forme en « escalier » qui lui était imposée par le découpage du polyptique. Le traitement de cadre, en y regardant de près l'œuvre originale, n'est pas le même pour la main droite et pour la main gauche. Ce jeu avec les limites du tableau a été médité par l'artiste. Sur l'affiche, il n'y a plus de cadre, sinon celui, dénué de sens, du mobilier J-C. Decaux. Ce n'est peut-être pas très important, mais il y a plus grave encore. Dans le détail reproduit sur l'affiche, la pliure de la poutre n'est plus visible. Cet élément du tableau, totalement contraire au réalisme, de portée évidemment *symbolique*, disparaît aussi. Et surtout, les publicitaires, en suivant leur propre logique, qui veut que l'affiche soit vue de loin, ont remplacé le fond de ténèbres voulu par Grünewald par un rouge éclatant, qui aboutit à la destruction de l'œuvre.

Le champ est ainsi libre pour un slogan qui relègue définitivement l'affiche parmi les séries qui se succèdent tristement sur les panneaux J-Claude Decaux. Si c'est nécessaire, il faut rappeler que le mot « passion » dans la langue est polysémique, et que son occurrence dotée d'une majuscule dénote un récit commun aux quatre évangiles ; il évoque avec un luxe exceptionnel de détails l'arrestation, la condamnation, et la mort de Jésus sur la croix. Le jeu sur le mot « passion » rabat sa signification sur l'usage trivial. Car le mot dans l'univers du marketing sert à tout, aujourd'hui le drainage du flux touristiques vers Colmar, demain le nouvel i-pad, ou la prochaine automobile susceptible de stimuler un marché déprimé. Par là peut s'expliquer aussi le choix du rouge comme toile de fond. Une bonne affiche doit fonctionner aussi, comme système de renvois, mais dans l'instant, et au premier degré, donc en misant sur la stéréotypie : peut-on imaginer la passion autrement que rouge ? Nous sommes à mille lieues du retable et de la description du fond faite par Huysmans, l'écrivain : « *(les personnages) se détachent sur un fond commençant de nuit ; derrière le gibet, planté au bord d'une rive, coule un fleuve de tristesse dont les ondes rapides ont pourtant la couleur des eaux mortes...* ».

Ajoutons que d'un point de vue historique, le quintuple centenaire, n'a rigoureusement aucune signification, en dehors du chiffre rond pour vendre une commémoration. En revanche, nous pouvons prendre appui sur ce non événement pour méditer sur les temporalités historiques, marquées par des ruptures, et qui continuent de « construire » le retable, par changements successifs de paradigme. Temporalité de la commande de l'œuvre, nimbée de mystère, mais selon toute probabilité destinée à assurer le prestige d'un ordre hospitalier. Dans cette temporalité-là, contempler l'image de la Passion du Sauveur, c'est guérir, dans l'attente de la Résurrection, promise pour la fin des temps. En dehors de cette attente, il n'y a pas d'Histoire. Temporalité de la lente émergence de cette « conscience historique » laïque, avec l'idée d'un destin national, hors des catégories théologiques ; cette temporalité là voit se dessiner

peu à peu le concept d'œuvre du « patrimoine ». Le retable est sauvé, en 1792, par les révolutionnaires, qui auraient pu, en toute logique, le détruire. Ils n'en feront rien et seront à l'origine de la première exposition muséale dans un ancien collègue de Jésuites débaptisé et devenu Bibliothèque Nationale du District de Colmar... c'est à dire l'actuel lycée Bartholdi. Temporalité de la construction de l'œuvre, comme moment décisif d'une « histoire de l'art », à la jointure du XIX^e siècle et du XX^e : c'est le « moment Huysmans » : sa méditation sur les Trois Primitifs fait de l'œuvre une scansion dans l'art, considéré comme développement d'une histoire autonome des *formes*. Temporalité d'un XX^e siècle d'une violence inouïe, qui voit émerger des guerres mondiales, des totalitarismes et des meurtres de masse. Auschwitz repose à nouveaux frais la question, vertigineuse, d'une possibilité de *guérison*, conviction qui tenait debout, chaque matin de ces années 1512, en son atelier, un artisan au nom oublié, lui donnant cœur à l'ouvrage. Temporalité enfin du capitalisme libéral et mondialisé de ce début du XXI^e siècle, temporalité de l'exploitation effrénée par les « industries de programmes » des temps de cerveau disponibles², temporalité de crise économique nullement fatale, temporalité des panneaux J-C. Decaux.

Bibliographie – Sitographie

Une présentation en ligne du Retable d'Issenheim est accessible sur le site du [Musée UNTERLINDEN de Colmar](#) (Haut-Rhin)

COMTE (Hubert), Grünewald, le retable d'Issenheim, 1999, Editions Pierron.

² Les chaînes de télévision vivent essentiellement de la publicité.

"Soyons réalistes : à la base, le métier de tfl, c'est d'aider Coca Cola, par exemple à vendre son produit (...). Or pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible : c'est à dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible (...)." Patrick Le Lay, PDG de TF1. (Juillet 2004)

Musée UNTERLINDEN sous la direction de Pantxika Béguerie-De Paepe et Philippe Lorentz, Grünewald et le retable d'Issenheim – Regards sur un chef-d'œuvre, Somogy, éditions d'art, 2007

HUYSMANS (J.), Trois Églises et Trois Primitifs, Paris, Librairie Plon, 5^o édition, 1908.

Le texte est lisible en ligne sur le site :

<http://www.encyclopedie.bsditions.fr/article.php?pArticleId=135&pChapitreId=19893>

La première rencontre de Huysmans avec l'œuvre de Grünewald est antérieure. Dans le roman Là-Bas, ch.1, le personnage principal Durtal, figure du romancier, fait une extraordinaire description du Crucifié, mais il s'agit d'une autre œuvre de Grünewald, dite « retable de Tauberbischoffsheim, exposée à l'époque au musée de Cassel, puis dans celui de Karlsruhe, en Allemagne. Ce texte est téléchargeable sur le site Gallica de la BnF (Stock, 1896, 15^o édition).

Cet texte antérieur est accessible sur le même site :

[http://www.encyclopedie.bsditions.fr/article.php?pArticleId=135&pChapitreId=19893&pSousChapitreId=19895&pArticleLib=Le+retable+de+Tauberbischoffsheim+%5BMathis+Neithart+Gothart+%AB%A0Gr%FCnewald%A0%BB-%3EEcrits+de+Joris+Karl+Huysmans+\(1848-1907\)+sur+Gr%FCnewald%5D](http://www.encyclopedie.bsditions.fr/article.php?pArticleId=135&pChapitreId=19893&pSousChapitreId=19895&pArticleLib=Le+retable+de+Tauberbischoffsheim+%5BMathis+Neithart+Gothart+%AB%A0Gr%FCnewald%A0%BB-%3EEcrits+de+Joris+Karl+Huysmans+(1848-1907)+sur+Gr%FCnewald%5D)