



Larry Clark (*1943, Tulsa, Oklahoma)

21 mars au 3 mai 2015

REZ + 1^{er}

REZ

Tulsa, Larry Clark, 1963-1971

Epreuves gélatino-argentiques par RFG Publisher, New York, 1980.

Collection Groninger Museum

Fri Art se réjouit de présenter au public la série *Tulsa* (1963-1971) dans son intégralité. Ces images légendaires, chronique de la vie quotidienne de l'artiste et de ses amis dans le milieu toxicomane de sa ville natale, ont inspiré bien d'autres photographes et cinéastes, comme Martin Scorsese pour son film *Taxi Driver*, Gus Van Sant ou encore la photographe Nan Goldin. Clark est un réalisateur renommé (ses films *Kids*, 1995 ou *Bully*, 2001 sont bien connus du grand public) et un photographe dont le travail est exposé dans les plus grands musées du monde – le Musée d'Art moderne de la Ville de Paris lui a consacré une grande rétrospective en 2011. En 2013, le festival du film américain de Deauville lui a rendu un hommage appuyé pour l'ensemble de sa carrière.

Un regard neutre

Lorsqu'il demande au jeune scénariste nantais S.C.R.I.B.E. de rentrer en contact avec les adolescents du milieu du skate parisien pour écrire le scénario de son dernier film *The Smell of Us* (présenté au FIFF cette année), il l'enjoint à se mettre sur un pied d'égalité avec eux, à les écouter et à échanger comme s'il était l'un des leurs : « Si ils boivent une bière, tu bois une bière ». Ce que cherche Clark, c'est à comprendre l'adolescence de manière empathique, respectueuse, sans jugement, en n'imposant aucun discours préconçu.

Terra incognita et lieu de cristallisation des fantasmes et projections de la part des adultes, l'adolescence est tout à la fois cible de publicité, stéréotype érotique, force de travail en devenir, et victime parfaite d'un moralisme parfois approprié, souvent excessif. Larry Clark est un des rares cinéastes qui sache montrer l'adolescence d'un regard détaché de toute projection et de toute morale, comme s'il était toujours, lui-même, un adolescent de 17 ans. De *Tulsa* jusqu'à *The Smell of Us*, il incarne toujours ce double rôle de celui qui témoigne et qui participe.

Si Fri Art a choisi de montrer aujourd'hui l'ensemble complet de *Tulsa*, c'est justement parce qu'à travers ces images l'approche si unique de Clark s'exprime pour la première fois. Cette série est considérée comme capitale par les photographes, mais reste méconnue du public cinéophile. Pourtant, *Tulsa* se lit comme une grande séquence narrative, le rythme de l'ensemble et la force suggestive de chaque image photographiée en basse lumière en créent les conditions. Les détails narratifs nous demeurent inconnus, mais chacun peut produire du sens et tisser des histoires dans cette chronique à la fois banale et extraordinaire. Et si cette impression cinématographique paraît si forte, c'est certainement parce que Clark désirait à l'origine tourner un film, projet avorté car financièrement impossible à réaliser sur le moment. Ainsi, le premier « film » de Larry Clark se compose d'images fixes. Montrés pour la première fois sous forme de livre (*Tulsa*, 1971), avec une narration chronologique de 1963 à 1971 et de courts commentaires, les tirages photographiques seront tirés petit à petit dans les années 1980 (les tirages exposés à Fri Art datent de 1981).



Autofiction et film noir

Tulsa combine subtilement fiction et document. A travers ce parti-pris, le photographe touche au documentaire subjectif et annonce l'autofiction en photographie, genre qui a conquis aujourd'hui tous les niveaux de la création, de la littérature aux vidéos vernaculaires sur Youtube. « Lorsque dans les années 1960, j'ai commencé à prendre des photos des gens autour de moi, je me fabriquais ma propre mythologie, mon propre univers. Il s'agissait déjà d'un mélange entre réalité et fiction, entre ce que je voyais devant moi et ce que je voulais formuler à partir de cette réalité. »

La puissance évocatrice de la série découle également de la convocation de plusieurs esthétiques: le documentaire, les *pulps* ou encore le film noir. La mise en lumière des marges et de la misère sociale traverse l'histoire du documentaire photographique, qu'on pense au style rapide et brutal de Weegee, à celui plus torturé de Robert Frank (*The Americans*, qui sort en 1958, hante les photographies de Clark) ou aux portraits de Diane Arbus. Les prises de vue en basse luminosité, et souvent à contre-jour, évoquent, elles, les codes du film noir.

Ces images possèdent une intensité rare et sont bouleversantes. S'il faut bien dire que cette histoire est une tragédie, si la violence, l'ennui et l'anxiété prédominent, on entrevoit également la lumière de l'humanité à travers des manifestations d'euphorie, d'amour et de réjouissance qui parlent à chacun de nous. Les Américains que nous montre Clark forment la génération suivante de ceux photographiés par Robert Frank. Les enfants qui regardent avec inquiétude à la fenêtre du bus dans les années 1950 sont devenus de jeunes adultes au milieu des années 1960. Ils ont émergé de ce « grand poème de tristesse », comme l'écrivait Kerouac au sujet de la série de Frank, pour entrer dans la tragédie et la misère d'une nouvelle génération.

Mais le désastre s'arrête là. Grâce au génie esthétique de l'artiste, ainsi qu'à l'honnêteté de ses photographies qui ne cachent rien et s'abstiennent de juger, le sujet est transcendé en une œuvre dans laquelle il n'est jamais question de morale.

1^{er}

Vidéos, 1992-1993

(titres dans le fichier du texte sur les vidéos)

En parallèle, Fri Art montre, pour la première fois depuis la rétrospective du Center of Photography à New York en 2005, une série d'enregistrements vidéos et de recadrages qui sont des extraits choisis d'émissions de télévision. Dans les années 1990, de nombreux talk-shows prétendaient fournir des formes de soutiens psychologiques à des adolescents. Ils exploitaient en réalité à des fins d'audiences les malheurs émotionnels de *teenagers* qui entretenaient des relations amoureuses et/ou sexuelles avec des adultes. Clark montre ces extraits d'émissions sans filtre ni commentaire, car aucune exégèse n'est nécessaire pour percevoir la stratégie cynique des grandes entreprises de médias.