

CELEBRITE, GLOIRE, RENOMMEE « ÊTRE CONNU DE CEUX QUE L'ON NE CONNAIT PAS »

Séance coordonnée par Myriam Juan et Nicolas Picard

Clément BUR, *De la dignité à la célébrité. Les aristocrates acteurs et gladiateurs de César à Tibère*

La participation d'aristocrates aux spectacles publics est un paradoxe. En effet, les professions du spectacle conféraient une célébrité immense mais étaient infamantes, donc dégradantes. Notre étude s'appuie sur l'examen des 18 cas de participation de sénateurs ou chevaliers attestés dans les sources pour la fin de la République et le début du Principat (49 av. – 37 ap.). De César au milieu du règne d'Auguste, de rares aristocrates, ruinés ou ambitieux, vendirent contre de l'argent ou des faveurs leur transgression et le fait de devenir « scandaleusement célèbres » en s'exhibant sur scène ou dans l'arène. Cependant, la multiplication de ces apparitions au début de notre ère indique qu'elles finirent par être recherchées pour elles-mêmes. Quelques marginaux, vraisemblablement influencés par la culture grecque de l'*agôn*, crurent pouvoir profiter du changement de régime pour modifier l'*ethos* aristocratique et faire de ces spectacles des lieux de compétition et de légitimation. D'autres, souvent des jeunes désabusés par l'évolution politique ou manquant des ressources nécessaires pour faire carrière, étaient conscients de leur transgression et en jouèrent afin d'obtenir une forme dévoyée de la *gloria*, la célébrité.

Abstract. *From dignity to celebrity. The aristocrats becoming actors and gladiators from Caesar to Tiberius*

The participation of the aristocrats in public shows is a paradox. Indeed, while performing gave one immense celebrity, it was considered infamous, and thus degrading. Our work is based upon the study of 18 cases of senatorial or equestrian participation attested in our sources for the end of the Republic and the beginning of the Principate (49 B.C. – 37 A.D.). From Caesar to the middle of Augustus' reign, in exchange for money or favors, a few bankrupt or ambitious aristocrats sold their transgression and the infamous reputation they had gained by exposing themselves on stage or in the arena. However, the notable increase in these performances at the beginning of our era shows that they ended up being sought after in and of themselves. A few marginal aristocrats, probably influenced by the Greek culture of the agôn, believed they could take advantage of the change in the Roman regime to modify the aristocratic ethos and turn these shows into sites of competition and legitimization. Others, most of whom were young men disenchanted with the political evolution or lacking the means to make career, were aware of their transgression and played with it to obtain a depraved form of gloria, i.e. celebrity.

Mathieu COUDERC, *Une « célébrité discrète ». Manuel II Paléologue et l'Occident latin au début du XV^e siècle*

La question de la célébrité à la fin du Moyen Âge se pose différemment par rapport aux autres périodes. La variété des termes relatifs à la célébrité – *fama*, *gloria*, « renommée » s'ajoutant à celui de *celebritas* – suggère que le problème est plus complexe qu'il n'y paraît. La célébrité existe-t-elle aux XIV^e et XV^e siècles ? Si oui, comment se manifeste-elle ? Pour ce faire, nous proposons d'étudier la figure d'un personnage assez atypique : Manuel II Paléologue, empereur byzantin. Celui-ci effectue une tournée en Occident entre 1399 et 1403, en quête d'assistance contre les Turcs. Or cette visite d'un souverain aussi exotique provoque un intérêt important au sein des sociétés latines qui l'accueillent : les foules se massent sur son chemin ; les élites l'honorent en de multiples occasions ; les chroniques en gardent la mémoire plusieurs siècles après. Cet article s'efforce de comprendre quelle signification recouvre ces manifestations de célébrité. Il s'agira ainsi d'étudier la renommée d'un personnage dont le voyage est connu dans la Chrétienté latine sur le moment mais qui reste « discret » au regard de l'Histoire générale de l'Occident au début du XV^e siècle. De ce portrait impérial, brossé par des sources occidentales, il subsiste différentes images – une réelle, une autre fantasmée, une dernière inversée – qui, chacune, confèrent à Manuel II une forme de « célébrité discrète » qui se perpétue dans le temps.

Abstract. *A "light celebrity". Manuel II Palaiologos and the Latin West at the beginning of the XVth century*

The question of celebrity deals with specific issues at the end of the Middle Ages compared to other periods. Several words expressed the idea of celebrity – celebritas but also fama, gloria and "fame" – suggesting the problem was more complicated than it seems. Did celebrity exist in the XIVth and XVth centuries? And if it did, what were its manifestations? We'll study the case of a particular character, Byzantine Emperor Manuel II Palaiologos, in order to

answer these questions. Emperor Manuel II travelled in the West between 1399 and 1403, looking for help against the Turk. The journey of such an exotic sovereign aroused a huge interest among the Latin societies which received him. People came to see him along his route; important figures covered him in honours; chroniclers preserved the memory of this event during many centuries after. This paper intends to understand the meaning of these apparent signs of celebrity. There was a contrast between the famous journey of the Emperor in Latin Christendom and the individual of Manuel II himself, who remained quite unknown at the beginning of the XVth century. Several images of the Emperor coexisted in western sources – real, fantasised, or reversed. All these portraits gave a kind of “light celebrity” to Manuel II, and this celebrity has travelled down centuries.

Myriam JUAN, *La célébrité à l'heure de la reproductibilité. L'invention de la star de cinéma en France pendant l'entre-deux-guerres*

À la suite du microsillon, mais en donnant naissance à une nouvelle forme de spectacle, le cinéma met fin au caractère unique et évanescent qui caractérise sur scène la performance de l'acteur : fixée sur un support reproductible, celle-ci peut désormais être appréciée soir après soir à l'identique, et simultanément en des lieux différents. Le développement du « septième art » a ainsi favorisé l'accès d'un nombre croissant d'artistes à une grande renommée. Débutée dans les années 1910, cette évolution s'accompagne en France, à partir de la fin de la décennie, de la promotion de ces vedettes par une presse magazine spécialisée tout juste naissante. Presque inusité jusqu'alors, le terme de star est bientôt utilisé pour désigner certains de ces artistes au succès fascinant. Or l'idée se fait jour que ces derniers, devenus célèbres grâce à l'industrie cinématographique, n'en seraient que de purs produits, élaborés en série suivant des recettes destinées à plaire au public. Cette étude entreprend de déterminer dans quelle mesure la star de cinéma a introduit, dans la France de l'entre-deux-guerres, une nouvelle figure de la célébrité, marquée du sceau de la reproductibilité. Un examen du vocabulaire de l'époque révèle que la notion de star est étroitement liée au cinéma américain. Le système pratiqué dans les studios californiens est d'ailleurs perçu comme profondément innovant. Pourtant, c'est entre invention et réinvention que se dessine la figure de la star, qui réinvestit un modèle préexistant sous un jour inédit, à la lumière du soleil hollywoodien.

Abstract. Celebrity in the era of reproducibility. The invention of movie star in France during the interwar period

Coming after the microgroove but giving birth to a new kind of show, the movie puts an end to the uniqueness and evanescence of the actor's performance on the stage. From now on, printed on a reproducible material, this performance can be seen exactly the same, night after night and in different places at the same time. Thanks to the expansion of the “Seventh art” a growing number of artists reached consequently a great fame. This evolution started before the First World War, and the fan magazines which just appeared at the end of the 1910s in France led to the public promotion of these so-called “vedettes”. The word “star” was so far extremely rare; it began to be used in French to describe some of these fascinating people. But these actors and actresses, who have become famous thanks to the movie industry, were sometimes considered as some industrial products, manufactured according to specific patterns designed to please the audience. This article tries to determine to which extent the movie star introduced in France a new figure of celebrity, related to the idea of reproducibility. In the French vocabulary of the interwar years, the notion of “star” was closely bound to American movies. In fact, the system practiced by the Californian studios was considered profoundly innovative. However, the figure of the star is not only made of novelty, but also of former elements brought all together into a new light, the sunny light of a legendary Hollywood.

Nicolas PICARD, *L'autre « apothéose infâme » : médias, « monstres » et public face à la célébrité criminelle, de l'entre-deux-guerres aux années 1950*

Le soupçon d'héroïsation du criminel pèse sur tout récit de crime, et les moralistes ont longuement dénoncé les risques de contagion que ce genre de célébrité pouvait entraîner, ainsi que les bénéfices symboliques que, contre toute justice, des « monstres » pouvaient en retirer. Marquée par l'essor de la presse magazine et par l'invasion des photographes dans les prétoires, la période qui va des années 1930 aux années 1950 n'est pas exempte de cette préoccupation. Les médias hissent en effet certains criminels au rang incontestable de vedette. Leurs discours oscillent entre fascination, souci de compréhension et une ferme réprobation morale, réaffirmant ainsi les valeurs dominantes de la société. Confrontés à la célébrité, les grands criminels sont quant à eux soupçonnés de céder à ses délices. Ils doivent surtout subir les pesanteurs d'une pression médiatique qui s'ajoute à la pression judiciaire et à laquelle ils essaient de

s'adapter avec plus ou moins de bonheur. Quant à la population à qui l'on offre ces figures, ses réactions se dispersent en une multitude d'émotions singulières, évoluant au cours des différentes étapes judiciaires. Ces émotions, allant de la simple curiosité à la haine féroce, en passant par la pitié, l'admiration voire un certain attrait érotique, entraînent chez certains des pratiques spécifiques visant à entrer en contact avec le criminel, que ce soit pour le blesser ou lui rendre hommage. Aspirés dans le phénomène médiatique de la célébrité, les monstres criminels deviennent le support de représentations multiples et sont transformés en objets susceptibles d'être réemployés dans les productions de la culture populaire, accédant à la postérité, et demeurant de façon ambiguë dans la mémoire collective.

Abstract. Another “infamous apotheosis”: media, public and celebrity criminals (1930s-1950s)

Criminal stories have always been suspected of glorifying “monsters”. Moralists exposed the social risks of imitation, as well as the immoral recognition a criminal could obtain with this kind of celebrity. This concern travelled down the decades from the 1930s to the 1950s, along with the rise of magazines devoted to crime and the invasion of photographers in courts. Some criminals were indeed explicitly described as stars. Media views hesitated between fascination, a will of understanding and a strong moral reprobation. They aimed at reinforcing the dominant social values. Some criminals were accused of being delighted by their own celebrity. In fact, they had to deal with a media exposure as dangerous as the judiciary pressure. They had to adapt to this situation with more or less abilities. Reactions of the public opinion were very disparate. A vast number of individual and changing feelings appeared. It could be just a curiosity, but they also could be more pronounced – pity, admiration, fierce hate or even erotic attraction. These feelings could lead to some particular behaviours towards criminals, either to hurt them or to bring them a support. Celebrity criminal monsters became the subject of multiple social representations and were often used in the popular culture. By this way, they went down in history and remained as ambivalent figures in the collective memory.

Edward BERENSON, *Conclusion*