

# ***The Culture* : le hip-hop et l'art contemporain au 21<sup>e</sup> siècle**

*The Culture : le hip-hop et l'art contemporain au 21<sup>e</sup> siècle* explore l'influence profonde du hip-hop sur la culture moderne. Dès ses débuts, le hip-hop s'est imposé comme l'un des mouvements musicaux et de culture pop les plus marquants de la fin du 20<sup>e</sup> siècle – aujourd'hui, il est à la fois industrie mondiale et mode de vie. Ses adeptes du 21<sup>e</sup> siècle ont su mettre à contribution la technologie numérique pour acquérir un capital économique, social et culturel inégalé.

Le hip-hop est apparu dans le Bronx dans les années 1970 comme une forme de célébration exprimée par la jeunesse noire, latina et afro-caribéenne locale. Au cours des 50 dernières années, il a profondément influencé « *The Culture* », une expression de la culture diasporique noire qui s'est largement définie contre la suprématie blanche.

*The Culture* s'articule autour de six thèmes : le langage, la marque, la parure, l'hommage, la pose et l'ascension. Le langage explore les stratégies de subversion du hip-hop. La marque met en lumière les icônes nées du hip-hop et la séduction du succès. La parure questionne les idées eurocentriques du goût, tandis que l'hommage témoigne de l'élaboration d'un canon visuel hip-hop. La pose célèbre la façon dont le hip-hop parle à travers le corps. L'ascension explore la mortalité, la spiritualité et la transcendance. Infiniment inventif et protéiforme, le hip-hop – et l'art qu'il inspire – continuera d'éblouir et d'autonomiser.

*The Culture* : le hip-hop et l'art contemporain au 21<sup>e</sup> siècle est organisée par le Baltimore Museum of Art et le Saint Louis Art Museum. La présentation à Toronto est organisée par le Musée des beaux-arts de l'Ontario.

## LE LANGAGE

Le hip-hop est intrinsèquement un art du langage : le langage visuel des graffitis, un langage musical qui inclut le *scratch* et l'échantillonnage, et, bien sûr, les mots écrits et parlés. Les chants d'appel et de réponse, suivis de rimes et de paroles rap superposées sur des morceaux, sont les fondements de la musique hip-hop. Outre la poésie de la musique, l'un des marqueurs les plus reconnaissables du hip-hop est le graffiti. Depuis les années 1970, les graffiteur·euse·s pulvérisent de couleurs vives trains, viaducs et murs de villes. De nombreux auteur·trice·s signent leurs œuvres à l'aide de tags identifiables. Ils et elles explorent les formes reconnaissables de lettres et de chiffres, les poussant jusqu'aux limites de la lisibilité, et au-delà. Certains messages sont destinés à être compris par tout le monde, tandis que d'autres sont codés dans des références, des technologies ou des formes qui requièrent une connaissance d'initié·e·s, affirmant ainsi le droit de ne pas être universellement compris.

## LA PARURE

« Now I like dollars/I like diamonds/I like stunting/I like shining » (J'aime les dollars/J'aime les diamants/J'aime frimer/J'aime briller), rappe Cardi B dans *I Like It*. Ses paroles illustrent l'identification récurrente du soi à la parure dans le canon hip-hop. Si le style est souvent indicateur de classe et de politique, peu de sous-cultures sont aussi autoréférentielles ou influentes que le hip-hop. Des chaînes en or de Big Daddy Kane et Rakim aux perruques en technicolor de Lil' Kim, en passant par le mélange

recherché de style urbain et marques de luxe de Jay-Z, certains des looks les plus importants, les plus pérennes et les plus distincts de la culture pop trouvent leur origine dans le hip-hop. Les bijoux brillent, les *grillz* (grilles de dents) scintillent et les baskets iconiques Air Force One sont faites pour être vues. Dans son ouvrage *Shine* (2015), l'historienne d'art Krista Thompson étudie la manière dont, au sein de la diaspora africaine, la lumière est captée et stylisée au plus près du corps. Elle explore les façons dont les gens se servent aujourd'hui d'objets « pour négocier et représenter leur identité individuelle », en contraste à la manière dont leurs ancêtres étaient défini·e·s comme des biens.

## LA MARQUE

« Je ne suis pas un homme de *business*, je suis le *business*! », s'est exclamé Jay-Z en 2005. Peu après, il est devenu le premier rappeur à franchir le seuil du milliard de dollars de fortune. Le concept de marque ne se limite pas à la mise en marché de produits commerciaux, il s'étend jusqu'à la manière dont un individu se sert des technologies de la communication, y compris les médias sociaux, pour se positionner dans la sphère publique. Au cours des décennies précédentes, les artistes hip-hop étaient les promoteurs officieux de grandes marques de mode qui correspondaient à leur style et à leur personnalité publique. Aujourd'hui, les artistes s'associent officiellement à des entreprises ou créent leurs propres marques indépendantes. Entre la création de mode, l'enregistrement de musique ou la réalisation d'œuvres d'art, les frontières sont brouillées pour ces artistes, tout comme entre faire du *business* et être le *business*.

## **L'HOMMAGE**

Qu'il s'agisse de citer le nom d'un·e rappeur·euse dans une chanson ou de porter le portrait d'un·e rappeur·euse décédé·e sur un T-shirt, les hommages, les respects et les mentions spéciales sont fondamentaux dans la culture hip-hop. Ces références proclament les influences et les personnes qui comptent, honorent les legs et créent des réseaux d'associations artistiques. Le fait d'élever le rang d'artistes et de styles contribue à la canonisation du hip-hop, c'est-à-dire à la reconnaissance collective de certaines œuvres d'art, chansons et rappeur·euse·s pour leur excellence artistique et leur impact historique. Le hip-hop, en tant que forme artistique mondiale, est devenu une pierre de touche pour les artistes du 21<sup>e</sup> siècle. En retraçant la lignée conceptuelle et sociale du hip-hop par le biais de l'hommage, les artistes visuel·le·s adoptent l'idée que le canon de l'histoire de l'art, auparavant homogène, blanc et stable, est fluide, définissable en fonction de son propre héritage, de ses propres préférences – on revisite ce qui est beau, qui est iconique, et à qui appartiennent les histoires valorisées.

## **L'ASCENSION**

La mort – ou son spectre – de même que la notion d'ascension et de l'au-delà apparaissent fréquemment dans les textes hip-hop : des libations en l'honneur d'un·e défunt·e, la précarité d'être Noir·e en milieu urbain, des méditations sur l'immortalité que confère la célébrité. Inspiré·e·s par les thèmes de l'ascension

dans la culture, les artistes créent des œuvres qui invitent à la réflexion. Des objets ordinaires se transforment en autels et en monuments, des images de corps noirs se fondent dans des nuages célestes. Le hip-hop est une forme culturelle que les artistes utilisent pour digérer, pour réfléchir sur eux·elles-mêmes, pour se lamenter, pleurer ou se souvenir de ceux et celles qui ont disparu.

## **LA POSE**

Que ce soit depuis une boîte de nuit, une cour arrière, la chambre à coucher, la rue, une scène ou en ligne, ces œuvres explorent ce que les gestes, la posture et le mode de présentation d'une personne peuvent communiquer aux autres. Ici, les artistes explorent et font exploser les stéréotypes de genre et de race, portent attention à la frontière entre aimer et s'approprier, considèrent la relation entre le public et l'artiste, et se demandent quels corps sont considérés comme dangereux ou vulnérables – et qui en décide. Pour certain·e·s, la présentation de soi est un moyen de survie, pour d'autres, c'est un moyen de revendiquer de l'espace dans un monde hostile, pour d'autres encore, c'est un outil pour changer les récits dominants sur ce qui peut être communiqué par le corps. Participant de son projet global de création d'un nouveau canon, l'esthétique du corps hip-hop refuse de se conformer à une seule norme et ouvre au contraire la voie à de nouvelles idées sur ce que le corps peut dire.