Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 37 (2000)
Heft: 1417

Artikel: Shylock, si retors, si tragique
Autor: Guyaz, Jacques
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1025904

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Siehe Rechtliche Hinweise.

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. Voir Informations légales.

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. See Legal notice.

Download PDF: 11.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Shylock, si retors, si tragique

Le chapiteau du théâtre de Vidy à Lausanne accueille
Le Marchand de Venise.

L'argument du *Marchand de Venise* est connu: Shylock, un banquier juif prête à Antonio, un armateur vénitien, l'argent dont celui-ci a besoin pour faire face à ses traites. Si le remboursement n'intervient pas à l'échéance, il demande en paiement une livre de la chair du marchand. Les nouvelles sont mauvaises: les navires d'Antonio coulent les uns après les autres... Une autre intrigue se développe en parallèle. Portia, une riche, oisive, belle et très intelligente héritière se cherche un mari. Tous les princes de la terre la courtisent. Les rapports entre le juif et les chrétiens sont traités avec l'extrême brutalité et la crudité ordinaire de Shakespeare.

L'antisémitisme supposé du *Marchand de Venise* est un des débats classiques de l'histoire du théâtre. Mais pourquoi Venise?

Venise, l'apogée avant le déclin

Shakespeare écrit au tournant du 17e siècle. Le prestige de Venise est à son zénith et son économie en plein déclin. Les dépenses de la République sont gigantesques. Avec une population qui n'est que le dixième de celle de la France, le budget annuel de la Sérénissime est équivalent à celui du royaume des Bourbons. L'argent de Venise paie la lutte contre les Turcs. En 1571, une des plus grandes batailles navales de l'histoire, à Lépante, marque un arrêt très provisoire de l'expansion ottomane et un naufrage plus durable des finances de la République. La découverte de l'Amérique et des routes océanes détourne le grand commerce de la Méditerranée.

Une société en déclin devient plus rigide. Les appartenances sociales se figent. Or, Venise vit du grand large, du commerce avec le monde. Tous les étrangers y sont les bienvenus et sont protégés par la loi. N'oublions pas que le mot ghetto vient du quartier vénitien du *guetto* où les juifs étaient confinés. Ce n'était d'ailleurs nullement une exception. Les Allemands logeaient avec leurs marchandises au *fondaco dei tedeschi*. Les grandes familles vénitiennes se détournent du commerce et construisent leurs villas sur la terre ferme. La lutte pour la vie devient plus âpre.

Une mise en scène enlevée

Shakespeare connaît-il tout cela? Pas comme nous bien sûr, mais les informations circulent. Et tout ce contexte en arrière-plan dans *Le Marchand de Venise* rend le spectacle passionnant: le déclin de la République, l'orgueil de son Etat de droit, à peu près unique à l'époque, sa bourgeoisie qui commence à singer l'aristocratie (le personnage de Portia), son sentiment de supériorité. Une pièce anti-judaïque? Plutôt un spectacle sur le rôle du bouc émissaire. Shylock a un magnifique monologue où il exprime son humanité et tord définitivement le cou à toute forme de racisme. A la fin il se résigne, capitule et accepte de devenir une victime. S'il y a un début d'antisémitisme c'est là qu'il faut le chercher.

En plus, comme souvent chez Shakespeare, la pièce est drôle avec des intermèdes hilarants, en particulier un prince marocain et un Espagnol en caricature de danseur de flamenco absolument irrésistible. La mise en scène est enlevée, les comédiens sont jeunes et bondissants. Ils savent tout faire, jouer la comédie, chanter, danser et se servir d'instruments de musique. Mais le spectacle est dominé par Simon Abkarian qui campe un Shylock à la fois retors, tragique et incertain. Une soirée à ne pas manquer. *jg*

Le Marchand de Venise, mis en scène par Cécile Garcia-Fogel, jusqu'au 13 février au théâtre de Vidy à Lausanne (sous chapiteau).

HUMEUR

Vulgarité crue

Je me souviens de la première offre publique d'achat médiatique: le sémillant Antoine Riboud (BSN) contre le comte de Voguë (Saint-Gobain). Depuis lors, la chose s'est banalisée, avec occasionnellement l'apparition d'un troisième acteur: le «chevalier blanc» dans les bras de qui la belle se réfugie pour échapper aux avances qui lui répugnent. On s'est habitué à ces campagnes aussi courtes qu'envahissantes dans les pages publicitaires des quotidiens haut de gamme, qui marient le rêve et la pédagogie financière pour convaincre les actionnaires de se prêter – ou non – au jeu qu'on leur propose.

Si les annonces de Mannesmann sont traditionnelles, il me semble que celles de Vodafone AirTouch marquent une rupture. Foin de subtilité, de démonstration visionnaire pour convaincre qu'un et un feront trois, mais l'appel le plus primitif au gain facile à portée de main: «En échangeant vos actions Mannesmann contre des actions Vodafone AirTouch, non seulement vous faites une bonne action envers vous-même, mais vous profitez d'une prime de 68,8% [...] vous ne voulez tout de même pas faire cadeau de votre prime». En visuel, la grande photo noir blanc d'un yuppie célébrant d'un rire carnassier son bonus à une bonne table. Quelques jours plus tard, souci de parité rare dans ce secteur, c'est une belle plante enthousiaste et peu vêtue, sur un vaste drap de satin, qui s'apprête à échanger ses actions Mannesmann... Difficile pourtant de croire que ce couple flambeur a investi dans quelque chose d'aussi peu sexy qu'une entreprise allemande dont le métier d'origine est l'industrie de la construction.

Cet homme et cette femme ne seraient-ils pas plutôt la promesse d'éternelle jeunesse offerte aux actionnaires réels pour combattre leur andropause? Espérons que l'agence (anonyme) a prévu, en cas de succès, de «remercier le marché» en nous les montrant s'envoyer en l'air. *fb*