16. | The Prize



2008, inkjet print, 90 x 160 cm.
Courtesy of the artist.
Ed. of 5 + 2 A.P

Work in progress photographique initié en 2009, « Le Prix » interroge les diverses représentations de la religion, leurs insertions dans notre société de l'information et des médias ainsi que leurs liens à la société de consommation. La religion et les croyances sont des thèmes récurrents dans l'œuvre de mounir fatmi, dont l'étude est menée à travers différents médias, peintures, sculptures et installations telles que « Qui a besoin d'un dieu triangle? », « Casse-tête pour un musulman modéré ». « Le Prix » fait plus particulièrement écho à « Commerciale », vidéo qui place la reproduction symbolique d'un objet de culte derrière les vitres d'une porte tournante telle qu'on peut en trouver dans de nombreux centres commerciaux. La série de photographie emprunte son titre au domaine commercial, et s'intéresse à une forme de compensation en particulier : celle qu'un opérateur est prêt à concéder en échange de ce qu'il désire obtenir ou de ce qui lui est proposé…

Les œuvres de mounir fatmi s'attachent à exposer les principes de fonctionnement des systèmes qu'elles observent, qu'il s'agisse de religion, de communication ou encore médiatisation. Leur approche s'inspire notamment des concepts philosophiques développés par Debord dans « La Société du spectacle », ainsi que des techniques du minimalisme et du pop art. Leur stratégie vise ainsi à mettre en évidence les mécanismes qui entrent dans notre rapport au monde, à déconstruire le discours dogmatique de la religion dans le but d'observer son fonctionnement et ses effets sur les individus. Elle révèle parfois d'étonnantes similitudes entre le discours religieux et le message publicitaire, entre religion et marketing dont les techniques semblent s'inspirer les unes des autres : « La religion est un produit comme un autre, il y a toujours un prix à payer »

A photographic work in progress initiated in 2009, « The Prize » questions the various representations of religion, their inclusion in our information and media societies and their relation to the consumer society. Religion and beliefs are recurrent themes in mounir fatmi's work, and their study is conducted through different media: paintings, sculptures and installations such as « Who needs at Triangular God? » or « Brainteaser for Moderate Muslim ». « The Prize » particularly echoes « Commercial », a video that places the symbolic reproduction of an object of worship behind the glass panes of a revolving door, of the kind that can be found in shopping centers. The series of photographs borrows its title from the domain of commerce and looks at one particular form of compensation: that an operator is willing to concede in exchange for what he wishes to obtain or for what is offered to him…

mounir fatmi's work strives to expose the functioning principles of the systems they observe, whether religion, communications or media exposure. Among other things, their approach is inspired by the philosophical concepts developed by Guy Debord in « The Society of the Spectacle » and by the techniques of minimalism and pop art. Their strategy aims to highlight the mechanisms at play in our relation to the world, to deconstruct the dogmatic discourse of religion in order to observe its functioning and its effect on individuals. It sometimes reveals surprising similarities between the religious discourse and the advertising message, between religion and marketing, their techniques seeming to be inspired by one another: « Religion is a product like any other, there's always a price to pay », declares mounir fatmi.

constate mounir fatmi.

Une rencontre problématique entre commerce et religion est évoquée dès les premiers récits bibliques avec l'épisode de la « Purification du temple ». Dans cet épisode, Jésus et ses disciples se rendent à Jérusalem pour la Pâque et à son arrivée Jésus expulse les marchands qu'il considère comme des voleurs hors du temple. Avec la photographie « Le Prix » de 2008, l'objectif de l'appareil s'attarde sur le contenu de la vitrine d'une boutique d'ésotérisme chrétien et se focalise sur un onéreux crucifix, dont le prix est annoncé par une étiquette, entouré de divers ouvrages à caractères religieux. En se focalisant simplement sur l'objet de culte, l'œuvre évoque une forme surprenante d'ironie du sort à partir d'une représentation religieuse classique et devenue banale. Elle constate le déplacement de Jésus depuis le temple jusqu'à son immobilisation sur la croix, derrière la vitrine d'un magasin et observe de quelle manière la société marchande s'empare d'une idéologie religieuse pour la mettre à son service. La juxtaposition de l'objet de culte aux autres marchandises exposées fait également du personnage de Jésus une icône du pop art en quelque sorte, avec le constat de sa transformation en objet de grande consommation, reproduit en masse et auquel est assigné - supplice ultime ou clin d'œil ? - une valeur marchande. Le prix qui mesure la valeur matérielle et vénale d'une transaction conditionne ici l'accès à la rédemption et le salut est susceptible de se négocier comme n'importe quelle autre marchandise.

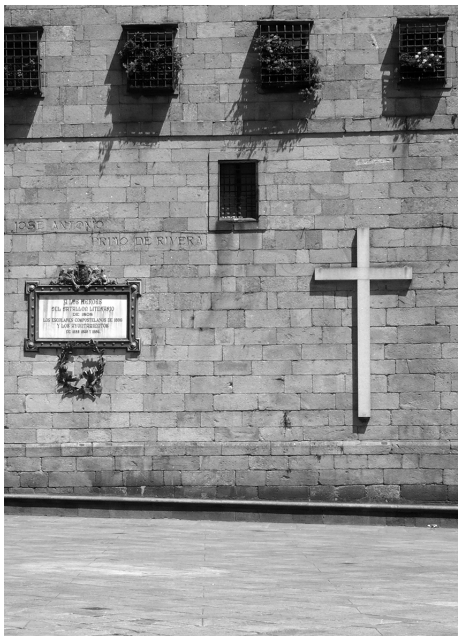
Studio Fatmi, Janvier 2018.

A problematic encounter between commerce and religion is evoked in the very first biblical stories with the episode of the « Purification of the Temple ». In this story, Jesus and his disciples go to Jerusalem for Easter and upon his arrival, Jesus kicks the merchants out of the temple, as he considers them to be thieves. With the 2008 photograph « The Prize », the camera lens lingers on the products in the window of a Christian esotericism shop and focuses on an expensive crucifix whose price is indicated on a tag, surrounded with various books on religious subjects. By focusing only on the object of worship, the work evokes a surprising twist of fate stemming from a classic and even banal religious representation. It records the displacement of Jesus from the Temple to the cross in the window of a store and observes how the merchant society took possession of a religious ideology to put it at its service. The juxtaposition of the object of worship with the other merchandise on display also makes Jesus become some kind of pop art icon, with the observation of his transformation into an object of large-scale consumption, mass produced and given a monetary value – ultimate form of torture or humorous nod? In this case, the price that measures the market value of a transaction conditions the access to redemption, and salvation is open for negotiation, like any other merchandise.

Studio Fatmi, January 2018.

" By focusing only on the object of worship, the work evokes a surprising twist of fate stemming from a classic and even banal religious representation.
It records the displacement of Jesus from the Temple to the cross in the window of a store and observes how the merchant society took possession of a religious ideology to put it at its service. "

Studio Fatmi, January 2018



The Prize

A photographic work in progress initiated in 2009, The Prize questions the various representations of religion, their inclusion in our information and media societies and their relation to the consumer society.



The Prize

The series of photographs borrows its title from the domain of commerce and looks at one particular form of compensation: that an operator is willing to concede in exchange for what he wishes to obtain or for what is offered to him…





The Prize

A problematic encounter between commerce and religion is evoked in the very first biblical stories with the episode of the « Purification of the Temple ». In this story, Jesus and his disciples go to Jerusalem for Easter and upon his arrival, Jesus kicks the merchants out of the temple, as he considers them to be thieves.

The Prize

The juxtaposition of the object of worship with the other merchandise on display also makes Jesus become some kind of pop art

icon, with the observation of his transformation into an object of large-scale consumption, mass produced and given a monetary value – ultimate form of torture or humorous nod? In this case, the price that measures the market value of a transaction conditions the access to redemption, and salvation is open for negotiation, like any other merchandise.?