

Arts, créations, cultures	Arts, espace, temps	Arts, états, et pouvoirs
Arts, mythes et religions	Arts, techniques, expressions	Arts, rupture, continuité

Andy Warhol (1928-1987)



LE POP ART

Abréviation de **popular art** («art populaire»), le **pop art** est un mouvement artistique figuratif qui marqua la seconde moitié des années 1950 et également la décennie 1960. Les artistes pop réagissaient face au pouvoir des **médias** et de **la publicité** en intégrant dans leurs œuvres **les objets quotidiens typiques de la nouvelle société marchande**.

«*Quand on vous impose mille fois une image affreuse, elle ne vous fait plus aucun effet*»



Le XX^e siècle et notre époque

XVIII^e siècle et XIX^e siècle

Du IX^e siècle à la fin du XVII^e siècle

De l'Antiquité au IX^e siècle

LE CARTEL :

«Bouteilles de Coca-Cola vertes» 1962
Sérigraphie, acrylique et graphite sur toile
(209,2 x 144,8 cm)
Whitney Museum of American art, New York.

Arts de l'espace	Art du langage	Arts du quotidien
Arts du son	Arts du spectacle vivant	Arts du visuel Arts plastiques :

Brève biographie de l'auteur :



Andy Warhol, de son vrai nom Andrew Warhola, est né en 1928 aux Etats-unis. Il est mort en 1987. Cet artiste fut d'abord un membre important du Pop Art. Il commença sa carrière comme illustrateur pour la publicité. Son image, devenue aussi célèbre que celle des stars qu'il a peintes. Il incarne le New York des années 1960-1980. Illustrateur doué et designer célèbre, Warhol réalise en 1960 ses premiers travaux d'après bande dessinée, et sa série de bouteilles de Coca-Cola. avant de se faire connaître comme peintre, photographe, et réalisateur de films. En 1963, il crée la Factory, en fait le lieu par excellence de la culture underground en y tournant ses premiers films et en produisant le groupe Velvet Underground. Le travail de Warhol se fonde sur le pouvoir de l'image.

Ses thèmes favoris sont l'image, la société de consommation, la société du spectacle, la mort.

Contesté de son vivant, il est maintenant accepté comme l'un des plus importants peintres du 20^{ème} siècle.

Contexte(historique, social, artistique...) : Le pop art est apparu dans les années 50, son apogée a eu lieu dans les années 60-70 et il est encore en vigueur aujourd'hui. L'œuvre d'Andy Warhol n'aurait pas pu exister n'importe où, n'importe quand. Elle est liée à l'époque et c'est un produit de la société américaine.

Contexte intellectuel

Le pop art est un mouvement qui critique la société de consommation. Les artistes américains vont mettre en valeur l'influence que peuvent avoir les médias et la publicité sur nos comportements de consommation. Ce mouvement va s'étendre à d'autres domaines tels que la mode, l'architecture, le dessin, etc...

Contexte historique

Le pop art se développe sur fond de Guerre Froide. Dans les années 50 et 60 les deux grandes puissances, États-Unis (libéralisme) et l'URSS (socialisme) sont en confrontation. Les artistes sont influencés par ce conflit idéologique entre capitalisme et communisme pour créer leurs œuvres. Les sociétés occidentales, à commencer par la société américaine, sont marquées, après la seconde guerre mondiale, par une croissance économique sans précédent, les «trente glorieuses». Les états et les citoyens s'enrichissent, le niveau de vie s'améliore. C'est l'ère de l'abondance et de la publicité qui incite les citoyens à consommer plus.

Le Pop Art et Andy Warhol se situent après la Seconde Guerre mondiale et plus précisément, ils débutent dans les années 60 (1960-1970). Cette décennie correspond aux révoltes étudiantes de mai 68, à la fin des colonies et à l'essor sans précédent de la consommation de masse. Les événements importants de cette époque et qu'il faut retenir : la guerre du Vietnam, la révolution culturelle en Chine, le Printemps de Prague, la guerre d'Algérie, la décolonisation en Afrique, l'assassinat de Kennedy, mai 68, le festival de Woodstock, la crise des missiles de Cuba, le Rock and Roll moderne, le mouvement hippie et le premier pas sur la lune en 1969.

Analyse de l'œuvre

-Formes : La **nature** de cette œuvre est une peinture acrylique sur toile. Warhol reprend la peinture et comme support une toile qui correspondent à une technique traditionnelle depuis la Renaissance. Mais la manière de représenter l'objet avec précision et neutralité fait plutôt référence à la photographie.

Le **genre** auquel pourrait se rattacher cette œuvre est la nature morte. La représentation d'objets inanimés date de la fin de la Renaissance. Au XVII^e siècle un genre particulier de nature morte apparaît : la vanité. À la fin du XIX^e siècle, la nature morte devient une source d'expériences pour la peinture.

Le **sujet**, la bouteille de Coca-Cola, provient du stéréotype publicitaire qui relève de la culture populaire. Le **format** est de (209, 2 x 144,8 cm). C'est un format imposant et qui oblige le spectateur à se déplacer et à prendre aussi en compte les incidences de la lumière (effets de moiré). La taille d'une bouteille est égale environ à 21 cm. Il a donc choisi de peindre les bouteilles de Coca-Cola dans leur dimension réelle.

Le **style** de cette œuvre correspond au Pop Art. C'est un art de dérision sur la société de consommation. Les caractéristiques principales du Pop Art sont le «blow up» (agrandissement photo), l'impersonnalité, l'isolement et plus précisément l'agencement sériel du thème pictural avec le renoncement à l'expression, à l'écriture et à toute signification profonde. Les artistes du Pop Art ne se sont jamais proposés de donner une critique des conditions sociales et politiques et ils ne cherchaient pas non plus à provoquer un changement du monde par la contestation artistique. Mais à travers leurs œuvres art et consommation fusionnent.

La **composition** retenue est statique et très froide. Warhol reprend un seul sujet sur sa toile, une bouteille de Coca-Cola, en verre. Des bouteilles pleines, vides, plus ou moins remplies. Cette toile est figurative. La mise en scène du tableau évoque les techniques publicitaires et l'agencement des étalages des magasins avec les produits de consommation qui inondent les supermarchés. Les liens avec les panneaux publicitaires sont directs et volontaires. En effet, Andy Warhol cherchait à imiter les images diffusées en masse par les médias et la publicité. L'exploitation de la répétition des mêmes images simplifiées : reproduire le langage visuel de la publicité. Son originalité fut d'introduire le langage de la publicité dans une œuvre qui, par son format et parce qu'elle est exposée dans un musée, s'affiche comme une œuvre d'art majeur. Il exploite un contraste de couleurs complémentaires en reproduisant en bas de la toile la marque Coca-Cola, au centre et en rouge. Ainsi sont associées les verts plus ou moins foncés ou pâles et le rouge.

-Techniques : un mélange de peinture, de ***sérigraphie** et d'un procédé au tampon. La technique utilisée est à la fois manuelle, mécanique et industrielle. Warhol a eu recours à des méthodes de fabrication standardisées.

Le **médium** peut aussi bien être une feuille de journal ou une photographie. Warhol n'a pas fait de photo mais il se considérait parfois lui-même comme un appareil photo et pour lui la photographie était tout aussi importante que le cinéma.

***Sérigraphie** : procédé exploité en **imprimerie** pour reproduire fidèlement une photographie sur tout type de support. Warhol a choisi comme support la toile. Il utilisa pour cela un écran sur lequel était tendu un tissu synthétique à mailles plus ou moins serrées selon l'effet désiré. Cet écran traité pour être insensible aux rayons ultra violets et un négatif de la photographie qu'il souhaitait exploiter (appelé typon) où les zones noires sont opaques. Le négatif était ensuite placé sur l'écran et exposé à la lumière. Ainsi les zones noires du négatif empêchaient la lumière de passer. Par contre les parties de l'écran éclairées se durcissaient et devenaient imperméables. Warhol glissait la toile à peindre sous cet écran puis il versait son encre sur l'écran. La peinture ne traversait que les zones qui n'avaient pas durci et se déposait sur la toile en dessous : image positive. Il obtenait les premiers **aplats** de peinture puis utilisait cette même technique pour placer les autres couleurs. Mais il n'ajustait pas parfaitement les formes du visage et les couleurs : il débordait ou recouvrait certaines parties de l'image donnant un aspect «mal fait». L'écran pouvait servir un grand nombre de fois. Ainsi il obtenait des chevauchements d'images mais il jouait aussi bien avec l'usure de la raclette servant à étaler la couleur qu'avec les hasards de cette technique.

-Significations : Il suffit de reprendre l'une des citations de Warhol pour mieux cerner son travail plastique : «Je pensais que les grands magasins étaient les nouveaux musées». Le spectateur comprend alors son choix d'aligner sur des rangées horizontales et verticales ses images et il faut également prendre en compte le fait qu'il avait travaillé en tant que graphiste à la fois pour la presse et pour la publicité. Ce qui l'intéressait c'était la consommation de masse : prendre une image d'un objet représentatif de cette société et la tirer en série avec plusieurs variantes : bavures, traces irrégulières (usure de la raclette laissée visible), images plus ou moins pâles (écran de sérigraphie encrassé)... L'image change, elle devient un document de presse. Warhol insistait aussi sur le fait que «...N'importe qui d'autres pouvait reproduire le motif aussi bien». En répliquant l'image, il la détruit et la rend encore plus superficielle. C'est une succession de modifications qui commence du sujet à la photographie, de la photographie à la sérigraphie et de la sérigraphie au tableau final. Une chaîne mécanique de la reproduction. L'aspect unique disparaît.

Il montre au spectateur que l'image n'est qu'une image et même l'image d'une image. En conséquence elle n'est qu'un objet de consommation, comme la bouteille de Coca-Cola !

-Usages : Andy Warhol a cherché à élever à une dignité artistique des produits industriels. Il a fabriqué des icônes à partir du banal : de simples bouteilles de Coca Cola. De cette manière il a créé la confusion avec la consommation et il en a joué. Ses créations ne sont pas uniques et manuelles. C'est un tableau qui représente une réalité froide, anonyme, monotone à cause de la répétition. Le sujet n'est pas unique mais démultiplié et il perd de sa singularité, de son originalité.

Quelques interrogations :

Pourtant en multipliant l'image il a différencié chaque exemplaire en variant l'impression. Il cherchait à joindre l'unique au multiple. Est-ce une peinture ? Une affiche ? Un art traditionnel ? Une publicité ? En fait, c'est un mélange pour permettre au spectateur de réagir, de s'interroger sur les images qui l'entourent.

Conclusion : Warhol était parti du constat suivant : l'image était en train d'acquérir un pouvoir immense et il s'est emparé des images les plus envahissantes. Ainsi l'image emblématique de la bouteille de la marque Coca Cola. Cette image a été isolée, épurée puis colorée et décolorée, multipliée. Il pouvait jouer avec les contrastes qui pouvaient être renforcés ou atténués à volonté grâce à l'exploitation de la ***sérigraphie**. Cette technique lui a permis de mettre à distance la main du peintre, voire d'éliminer tout à fait sa présence et d'en évacuer la manière : plus de touche, plus de présence physique de l'artiste, mais seulement les événements imprévisibles de la reproduction mécanique. Des images simples et pas de message. C'était une volonté de dépersonnalisation. Il s'agissait de détournements d'images issues de la consommation et de la publicité.

Andy Warhol a su dissimuler sa vraie nature et ses intentions derrière son silence qui était aussi mis en scène. Il se cachait derrière des masques et il n'a pas livré son secret. Face à ses œuvres, le spectateur ne peut qu'émettre des hypothèses aussi bien sur sa personne que sur son œuvre.

Ce qu'il faut retenir : Warhol a été à l'origine de nouveaux mouvements dans tous les domaines de l'image et ce fut un portraitiste de la société de consommation et un reporter de son temps. Tout est normalisé, tout est reproductible tout peut être multiplié mécaniquement.

L'œuvre fait réfléchir le spectateur sur sa consommation et la société dans laquelle il vit. Du fait, de son apparente neutralité elle peut apparaître soit comme une critique, soit comme une glorification de la société de consommation.

Citation :

« Ce qui marque le Pop Art c'est avant tout l'usage qu'il fait de ce qui est méprisé »
Roy Lichtenstein

Texte

«Ce qu'il y a de formidables dans ce pays, c'est que l'Amérique a créé la tradition où les plus riches consommateurs achètent la même chose que les plus pauvres. Vous pouvez regarder la télévision et voir Coca-Cola, et vous pouvez savoir que le président boit du Coca, Liz Taylor boit du Coca pensez donc, vous aussi vous pouvez boire du Coca. Un Coca est un Coca, aucune somme d'argent au monde ne peut vous procurer un meilleur Coca que celui au coin de la rue. Tous les Coca sont pareils, et tous les Coca sont bons. Liz Taylor le sait, le président le sait, le clochard le sait, et vous le savez»

Andy Warhol, *«The Philosophy of Andy Warhol : From A to B and Back Again»*, 1975, éd. Harcourt Brace Jovanovich ; traduit de l'anglais par Marianne Véron, éd. Flammarion, 1990.