



*Georges ROUSSE  
Photographie à partir de l'installation in situ  
1984*

GEORGES ROUSSE, sans titre / installation in situ, photographie couleur argentique 1990

TITRE : sans titre

TYPE DE DOCUMENT photographie couleur

PROBLEMATIQUE

- **Le lieu et la photographie comme mémoire**
- **La place du spectateur qui permet de comprendre une œuvre contemporaine, « c'est le regardeur qui fait l'œuvre » Marcel Duchamp**
- **L'espace et illusion de l'espace**

CONTEXTE: à l'heure des images et des mondes virtuels, l'artiste Georges ROUSSE préféré travailler sur des lieux chargés de mémoire et avec des moyens classiques pour mettre en valeur l'espace plutôt que de travailler à partir d'images numériques et avec Photoshop pour faire physiquement comprendre au spectateur la question de l'espace d'un lieu.

COMPREHENSION ET PISTE D'ANALYSE Georges Rousse est un photographe plasticien. Ses images viennent clore un processus qui relève à la fois de la peinture, de l'architecture et du graphisme. Il joue sur la différence entre le fond, essentiellement le lieu où il s'est installé, et l'image, flottant à la surface du lieu de l'installation. Son travail invite à méditer sur la réalité et l'illusion.

## dossier Georges ROUSSE 2/2

L'artiste projette une image dans un lieu abandonné ou vide, il crée à partir de lignes et de couleurs qu'il projette sur les murs de l'endroit où sera prise la photographie et qu'il peint ensuite en fonction de ce point de vue. Le spectateur pour voir l'œuvre doit se mettre alors au même point de vue pour voir l'installation, ce qui lui permet de voir l'espace d'un autre regard. L'espace est modifié autant par les lignes et les couleurs que par l'effort de compréhension du visiteur qui est obligé de regarder autrement cet espace.

Si Georges Rousse est à la fois concepteur, installateur, peintre et à ce titre plasticien, il n'en demeure pas moins que l'essentiel de son travail joue sur le point de vue et le passage de la réalité en trois dimensions à l'illusion en deux dimensions. En mettant le relief au service du monde plat, il inverse la relation de sujétion entre la photographie et le monde (ce n'est pas la photographie qui représente le monde, c'est le monde qui concourt à la photographie)

En conclusion

Georges Rousse témoigne du même goût pour l'espace dont témoignaient les artistes de La Renaissance. La soif de l'espace, qui est soif de connaissance, aime son contraire, le doute fondamental de l'illusion. Le jeu des lignes et des couleurs dans l'espace qui souligne un lieu différemment et crée une illusion d'optique comme dans les ambassadeurs d'Holbein

VOCABULAIRE

**Installation in situ (œuvre créée pour un lieu) / place du spectateur / point de vue / cadrage photographique / anamorphose**

Œuvres associées que vous développerez dans votre dossier :

- Hans Holbein *les ambassadeurs*
- Félice Varini
- ERNEST Pignon ERNEST

ŒUVRE (S)



John HEARTFIELD / TITRE : « n'ayez pas peur, il est végétarien » 1934 1936

TYPE DE DOCUMENT photographie et photomontage en noir et blanc

PROBLEMATIQUE

- L'image comme une arme.
- L'artiste engagé face à l'histoire ( l'artiste est le témoin de son temps »)

COMPREHENSION ET PISTE D'ANALYSE

Expliquez pourquoi dans l'histoire, cette image dénonce les événement à venir

Expliquez pourquoi ceci n'est pas une image de propagande mais de contre propagande Nazie. Situer dans le contexte historique des origines de la seconde guerre mondiale.

Pourquoi l'artiste est il un artiste engagé et quels risques encoure cet artiste par rapport au nazisme. Identifier les protagonistes et les symboles (bonnet phrygien, coq, couteau de boucher) et la mise en scène de ce collage photographié,

## Dossier Art engagé 2/3

L'œuvre en quelques mots : John Heartfield (1891-1968), est un artiste allemand, d'abord peintre, puis photographe. Ses photomontages dénoncent violemment le nazisme. Membre du Parti communiste d'Allemagne, Heartfield est, selon Louis Aragon, « le modèle de l'artiste antifasciste »

Face aux événements de son temps, la montée du nazisme et l'avènement de la seconde guerre mondiale alors que sa génération (et le mouvement artistique Dada (qui vise à exprimer la vie par l'absurde) est encore marquée par l'horreur de la première guerre mondiale, l'artiste utilise l'image comme une arme. Heartfield, qui considère le photomontage comme un média, reconduit alors l'art vers le politique de son époque. Il s'affiche contre le militarisme, contre la culture en déclin, contre le Parti social-démocrate, contre l'expressionnisme, contre la guerre, contre l'art du divertissement, contre les industrialistes, contre la droite nationaliste contre Hitler.

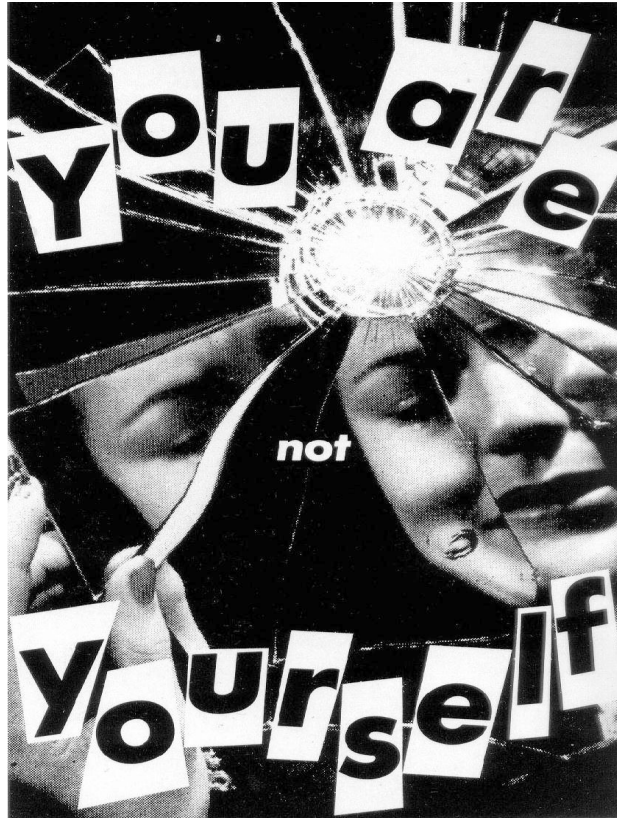
En conclusion, vous devez monter dans votre exposé oral que l'image est importante comme arme car avec peu de texte, elle permet de faire réfléchir les foules et donne formes à des idées qu'il faut diffuser au plus grand nombre.

Le message de John Heartfield est de montrer que le peuple doit prendre au sérieux, la menace que représente la montée au pouvoir et les ambitions d'Hitler.

**VOCABULAIRE photomontage / collage / mis en scène / jeux de regard / détails importants qui permettent de comprendre le messages : les éléments métaphorique ou symbolique de l'image**

Œuvres associées : l'image de propagande (Hitler / Staline/ l'utilisation de l'image dans le pop art) / la dénonciation de la guerre par l'artiste car il est avant tout le témoin de son temps.

- Guernica de Pablo Picasso / affiche de propagande du cours d'histoire
- Œuvre contemporaine à associée ou à mettre en parallèle : Barbara KRUGGER « You are not yourself » photomontage
- Ernest Pignon Ernest



- OEUVRE &

- TYPE DE DOCUMENT photographie en noir et blanc Matériaux: Photo, collage

#### PROBLEMATIQUE

- Le collage comme moyen d'expression et de revendication
- Le texte et l'image comme moyen de contestation

#### COMPREHENSION ET PISTE D'ANALYSE

Cette œuvre de Barbara Kruger reflète bien l'état d'esprit de son travail. Il s'agit d'un collage d'une image publicitaire que l'artiste a récupérée dans un magazine féminin pour la modifier. L'image, représentant un visage féminin est ainsi déchirée, puis rassemblée de façon à étaler le visage, le défigurer... L'image donne ainsi l'impression d'un reflet dans un miroir brisé.

À cette image Barbara Kruger ajoute un message, en lettre noire rappelant la typographie utilisée dans les affiches publicitaires. YOU ARE not YOURSELF (le "not" étant mêlé à l'image, le reste du texte lui, bien visible encadré de blanc, comme découpé d'une autre page de magazine.) Ainsi le langage et l'image collaborent pour mettre en scène et dénoncer les manipulations des médias et de la publicité. Barbara Kruger dénonce l'image que la publicité et la société et nous renvoyons de nous-mêmes, et le désir qu'elle produit de vouloir

ressembler à des "modèles" préconçus, qui font de nous des clones, et créer ainsi une perte de l'identité individuelle au profit d'une identité de masse source de mal-être.

Barbara Kruger est donc née en 1945, dans une banlieue de New York ; la grande dame a fait des études à la Parsons School of Design de Syracuse, dans le domaine de la publicité. Où elle a pu étudier et apprendre les techniques de communication, de construction des images destinées à la publicité, à la presse, techniques qu'elle réutilisera ensuite pour ses oeuvres.

Ses influences sont variées : [John Heartfield](#) (*Dadaïste*), les photomontages des constructivistes El Lissitzky ou Alexandre Rodtchenko). Elle fait aussi référence aux mouvements d'émancipation des femmes des années 70, ainsi qu'aux discours de contestation des années 80 et 90.

Son travail est extrêmement reconnaissable : images noires et blanches empruntées à la presse barrées de slogans et de cartouches rouges, le tout associé grâce à la technique du photomontage. Les images possèdent une agressivité visuelle ainsi qu'un message parfaitement lisible. Les thèmes récurrents sont, entre autres : la politique, la sexualité, l'identité individuelle, les relations de pouvoir...

Les slogans interpellent toujours le spectateur via un « you » ou « your ». Ils font référence au pouvoir, et à la manière dont le pouvoir détermine nos vies, nos comportements, nos corps, mais ils rappellent aussi le combat, la dénonciation, et l'appel à la lutte collective.

Alors que la pub tente « d'imprimer » un message dans la conscience de celui qui la lit, Barbara Kruger utilise des slogans qui déstabilisent : le spectateur n'a pas ses « bases habituelles » pour le comprendre, il doit alors le décoder : A qui le « you » s'adresse-t-il ? A la personne représenté ? A moi, spectateur ? Les images représentent fréquemment le corps humain : Barbara Kruger envisage le fait que le corps est une marchandise, en associant à la fois l'image et le pouvoir, elle montre à quel point les représentations faites par les médias sont liées au pouvoir qui est exercé sur nous.

Les travaux de Barbara Kruger prennent des formes diverses : ils sont exposés dans des lieux publics (panneaux d'affichages), mais aussi des installations dans des galeries, des musées... Certaines affiches sont imprimées sur des t-shirts, des [sacs](#) (sur lequel était inscrit le fameux message « I Shop Therefore I Am »).

**En conclusion, Barbara Kruger fait partie de ces artistes qui ont su associer à leurs oeuvres une portée sociale, féministe, politique, militante, ce qui fait d'elle une artiste incontournable, dont les questionnements sont toujours d'actualité.**

<http://www.barbarakruger.com>



**Andy Warhol, "Diptyque de Marilyn" 1962 sérigraphie et acrylique sur toile  
Deux panneaux, 208,3 x 144,8 cm chacun  
Tate gallery, Londres**

**"Ce qui m'incite à peindre de la sorte, c'est que je désire être une machine(...)"**

**Andy Warhol**

ŒUVRE Dytique de Marylin Monroe par Andy WARHOL

TYPE DE DOCUMENT sérigraphie sur toile /1962

#### PROBLEMATIQUE

- l'image et sa reproduction en série / l'image artistique et l'image publicitaire
- l'utilisation de la culture populaire américaine dans l'œuvre des artistes aux états unis
- le pop art est –il le reflet de notre société de consommation

#### COMPREHENSION ET PISTE D'ANALYSE

C'est un mouvement artistique né en Grande Bretagne et aux Etats Unis au milieu des années 1950 et qui a pour fondateurs Richard Hamilton et Eduardo Paolozzi.

Au tout début des années 1960, le Pop Art américain émerge avec comme principaux artistes : Andy Warhol, Jasper Johns ou encore Roy Lichtenstein, Robert Rauschenberg.

Le Pop Art a comme but de présenter l'art comme un simple produit à consommer, qui est éphémère et jetable. Il a aussi pour but de dénoncer la consommation à outrance mais aussi de mettre en avant la force de la BD, de la publicité et de la télévision sur le comportement.

Dans ce mouvement, des choses nouvelles apparaissent comme les techniques de peintures et les produits utilisés comme l'acrylique (peinture et la sérigraphie (procédé qui consiste à multiplier une image.)

Le pop art utilise et détourne les objets liés à la société de consommation en récupérant les codes de la publicité et de la culture populaire. Ce n'est pas une promotion de la société de consommation mais un témoignage présenté de façon artistique. Les artistes pop art recherchent l'esthétique de ces objets. L'appropriation des codes objets relève du jeu pour le créateur.

Les créateurs pop art nous parlent de leur art :

- [Richard Hamilton](#) : le pop art est *"populaire, éphémère, d'un oubli facile, bon marché, produit en série, destiné à la jeunesse, spirituel, sexy, superficiel, séduisant, lié aux grosses affaires"*.

- [Andy Warhol](#), surnommé *Pape de la pop* oppose le pop art à l'expressionnisme abstrait : *"Les artistes pop faisaient des images que tous les passants de Broadway pouvaient reconnaître en un quart de seconde : des bandes dessinées, des tables de pique-nique, des pantalons, des personnes célèbres, des rideaux de douche, des réfrigérateurs, des bouteilles de Coca... Toutes ces choses modernes formidables, que les expressionnistes abstraits s'efforçaient de ne surtout pas remarquer."*

(L'expressionnisme abstrait est un courant pictural qui apparaît après 1945), . Le pop art, par sa figuration du matérialisme et par son sens, est à l'opposé de l'expressionnisme abstrait. Cependant, ce qui reste son travail le plus connu reste les reproductions de produits manufacturés de consommation directe : les boîtes de soupe Campbell's, les pots de Ketchup Heinz, les bouteilles et capsules de Coca, les boîtes de lessive Brillo, etc... Ces éléments tirés du quotidien questionnent à la fois la société de consommation et la représentation de l'objet dans l'art. Warhol repousse les limites des sources d'inspiration en mettant en valeur ce qui est le plus proche de nous, des produits courants à travers lesquels chacun peut se reconnaître.

Le Pop Art a également pris des codes à l'industrie. Andy Warhol a reproduit certaines de ses œuvres des centaines de fois. Ce qui a beaucoup perturbé les puristes (courant d'artistes représentant des objets de la vie quotidienne de manière sobre, neutre et évitant toute trace de pinceau (contrairement à l'oeuvre unique, au tableau peint de la main de l'artiste)

Andy Warhol : Il est né en 1928 et est mort à New York en 1987. Il était un artiste américain qui devint une figure centrale dans le mouvement du Pop Art. Il choisit de reproduire les produits de grande consommation en sérigraphie. Il peint des emballages et des bouteilles de Coca Cola. (Vedettes de ses toiles)

L'artiste critique la société de consommation américaine. Ses œuvres remportent un grand succès et c'est en 1962 qu'il décide de retoucher les photos des stars : la série de M. Monroe ou E. Presley. Pour cela, il utilise des photos en noir et blanc qu'il colorie et reproduit en sérigraphie. Il déclare à propos des médias que: « tout le monde a droit à son quart d'heure de célébrité

En conclusion: objet d'art ( produit par l' »artiste et mise en valeurs par la galerie d'art ou le musée et l'objet manufacturé (produit en série par l'industrie et mis en valeurs par la publicité / la répétition de l'image comme dans la société de communication et celle de la multiplication des produits dans les supermarchés

VOCABULAIRE sérigraphie: moyen d'imprimerie pour reproduire une image plusieurs fois / dytique (oeuvre en deux parties)



Œuvre associée : Roy Lichtenstein (27 octobre 1923 au 29 septembre 1997)



**Figure de gauche à droite: la BD originale et l'oeuvre de ROY Lichtenstein**

Tandis que Warhol s'était intéressé à une conséquence de la société de consommation, Lichtenstein s'est intéressé à un moyen de diffusion de celle-ci. En effet, la bande dessinée, malgré la diversité des genres, est un concept de diffusion de l'information, qui s'intègre dans la culture de masse par son succès.

Lichtenstein ne cherche pas à renverser la société de consommation. Il utilise des motifs de BD des motifs qui n'expriment pas seulement une idée. Il ne choisit pas des motifs aux déclarations fracassantes, mais plutôt ceux qui n'en contiennent aucun de significative. Il se sert des aspects de la culture américaine pour la peinture, qui est son intérêt. Roy Lichtenstein pense que "L'art ne transforme pas. Il formule." C'est à dire que l'art cherche à exprimer les idées de son temps.

L'artiste a été fortement influencé par la publicité populaire et le modèle de la bande dessinée. Il a décrit lui-même le Pop art comme « n'étant pas une peinture américaine, mais une peinture industrielle ». Comme Andy Warhol, Roy Lichtenstein s'inspire de la publicité et de la société de consommation. Il choisit une image dans une bande dessinée populaire et il lui donne la dimension d'une œuvre unique en la peignant sur toile à l'acrylique. Il reproduit les trames de l'impression mécanique et industrielle comme si il s'agissait d'un effet stylistique. Au niveau des couleurs, Roy Lichtenstein utilise les couleurs primaires de l'industrie et de l'imprimerie en plus des trames (CYAN, Jaune, magenta)

#### **Les créations des artistes pop art sont-elles faites à la gloire de la société de consommation ?**

Tous les artistes pop art américains ont pour base, entière ou partielle, la culture populaire des années 60. Ils l'observent et l'analysent, pour la reproduire dans leurs œuvres. Mais aucun ne tend à la rabaisser ou l'exacerber. Il s'agit pour eux de faire ressortir l'esthétique cachée ou oubliée de la société. Les Etats-Unis connaissent la société de consommation depuis plus de vingt ans. Chaque artiste a une relation particulière avec elle, en ce sens qu'il fait ressortir tel ou tel point. **Par exemple, Lichtenstein présente un style de BD, parce qu'il le trouve utile pour faire passer efficacement n'importe quel message, même sans en faire lui-même passer un particulièrement.**

Les artistes pop renouvellent donc véritablement les formes et les sources d'inspiration de l'art contemporain. L'utilisation des procédés de reproduction de masse ainsi que l'utilisation de l'imagerie publicitaire a été à l'origine de fortes polémiques et de remises en cause des démarches artistiques. Le public intellectuel a assimilé, à tort les sources du Pop Art et la démarche des artistes. Cependant, l'intégration du quotidien et de l'esthétique pure dans le monde de l'art a permis une forme de démocratisation culturelle dans laquelle un très grand nombre de personnes ont pu se reconnaître. La volonté de mettre l'art à la portée de tous, les changements opérés au niveau de la forme et de la conception, ainsi que la remise en cause du statut de l'œuvre et de l'objet, placent l'œuvre de Warhol dans la continuité de celle de Marcel Duchamp.

Le Pop Art est donc à la fois le produit d'une société en pleine mutation, son représentant et son critique.