

Pop art

Les images d'une génération

Pop Art, Musée des beaux-arts de Montréal jusqu'au 24 janvier 1993

Bernard Lévy

Volume 37, numéro 149, hiver 1992–1993

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/53624ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

La Société La Vie des Arts

ISSN

0042-5435 (imprimé)

1923-3183 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Lévy, B. (1992). Pop art : les images d'une génération / *Pop Art*, Musée des beaux-arts de Montréal jusqu'au 24 janvier 1993. *Vie des Arts*, 37(149), 6–8.

POP ART

LES IMAGES D'UNE GÉNÉRATION

Bernard Lévy

■
C'est fou ce qu'ils l'aimaient, Marilyn Monroe, les artistes du Pop art ! Ils l'aimaient, ils l'aimaient mais ils aimaient aussi... le Coca-Cola ! Marilyn Monroe rivalise avec les bouteilles, les machines distributrices et les enseignes de coke au coeur de la rétrospective Pop Art que présente le Musée des beaux-arts de Montréal jusqu'au 24 janvier 1993. C'est dire combien la star et la boisson gazeuse se disputeraient le titre de Pop Symbol s'il y avait à en décerner un.

La plus grande qualité de l'exposition rétrospective Pop Art montée par le Musée des beaux-arts de Montréal est de restituer l'ambiguïté qui anime tout le courant de néo-réalisme qui s'étend du début des années 1950 à la fin des années 1960. Les quelque 300 oeuvres réunies par les soins de M. Marco Livingston, historien d'art, constituent des échantillons très représentatifs de la production des artistes qui sont à l'origine du Pop Art et qui ont illustré ce mouvement tant en Europe qu'aux États-Unis. Doit-on interpréter leurs créations comme la matérialisation du regard narquois, critique voire cynique qu'ils ont porté sur les moeurs des sociétés de leur temps ou doit-on plutôt considérer leurs oeuvres comme les reflets de l'exaltation euphorique et complaisante des vertus d'un monde d'abondance ? Il revient au visiteur de juger. Pour éclairer son jugement, le conservateur invité et ses assistants ont choisi de présenter les oeuvres selon une triple perspective: chronologique, géographique et thématique. Ainsi l'exposition raconte-t-elle d'abord une histoire avec ses précurseurs, ses héros encore vivants et ses disparus. Elle transporte les visiteurs en Grande-Bretagne (berceau du Pop Art), aux États-Unis de New York à Los Angeles, en Allemagne, en France, en Italie, en Espagne. Elle éclaire, au passage, certains aspects particuliers: le groupe Fluxus (qui ne produit pas d'oeuvres d'art mais des événements publics), le gigantisme de certaines productions (Andy Warhol, James

Rosenquist, Oldenburg, Lichtenstein), la récupération des objets consommés (César, Arman, préfigurant «l'art pauvre»).

La rétrospective Pop Art tire sa principale origine de l'exposition sur le même thème organisée à Londres, en 1991. Cependant elle n'a gardé de cette manifestation qu'un noyau de 80 oeuvres. Le panorama que propose le Musée des beaux-arts constitue donc une réalisation nouvelle et unique. Le Musée offre ainsi pour la première fois un inventaire très complet des créations des artistes d'un des mouvements considérés comme l'un des plus importants du XX^e siècle. Montréal constitue le lieu idéal de transit et de convergence des sensibilités artistiques européennes et américaines. A cet égard, on ne peut que déplorer l'absence d'oeuvres d'artistes canadiens et québécois. Les réalisations de créateurs comme Allyn, Snow, Ayot, Boisvert, Cozic, par exemple, auraient donné une dimension nord-américaine à la Rétrospective. Dommage. A cette réserve (de taille) près, l'exposition Pop Art du Musée des beaux-arts est admirable de finesse et d'intelligence. Les conservateurs n'ont rien négligé pour mettre à l'aise les visiteurs: les étiquettes donnant les titres des oeuvres sont conçues pour être lues de loin, à l'entrée de chaque salle, des panneaux donnent des explications sobres et précises qui permettent de situer les pièces exposées dans le contexte global du mouvement pop.



Richard Hamilton 1956 / VISART Drott d'Auteur Inc.

Richard Hamilton
*Just What Is It That Makes Today's Homes
 So Different, So Appealing ?*
 (Qu'est-ce qui peut rendre nos foyers
 d'aujourd'hui si différents, séduisants), 1956.

Cette oeuvre lance véritablement le mouvement Pop. Elle en traduit, de plus, l'ambiguïté fondamentale. Qualifiée de criarde et de vulgaire, elle imprime le caractère provocateur propre au Pop; intimiste et réaliste, elle est pleine d'une indulgence souriante à l'égard des protagonistes qu'elle met en scène, souverains musclés entourés d'obéissants objets traités comme de fidèles sujets au royaume du kitsch.

L'OBSESSION DE L'OBJET

Les oeuvres de la première salle s'attachent à suggérer la filiation qui relie les artistes pop à ceux des mouvements dada et surréaliste des années folles qui ont suivi la première guerre mondiale. A la soif de vivre qui justifiait les extravagances des classes nanties entre 1920 et 1930 correspond sans doute le désir de consommation, principal plaisir des classes moyennes à compter des années 1950. Ce sont donc des objets commerciaux qui rappellent les «ready made» de Duchamp qui accueillent en premier le visiteur :

moulage de chaussures vertes de Claes Oldenburg, moulage de torche électrique de Jasper Johns, smoking de Jim Dine, fragments d'objets divers collés de Robert Rauschenberg.

D'emblée, l'exposition témoigne de l'obsession de l'objet qui est au centre des préoccupations des artistes du Pop Art et qui, de part et d'autre de l'Atlantique, les relie tous au-delà de leurs divergences et de leur style. Pour situer davantage encore ces artistes dans l'histoire de l'art moderne, on peut dire qu'en proposant un retour si particulier au réalisme, ils s'opposent aux tenants de l'expressionnisme abstrait

(Europe) ou de «l'Action Painting» (États-Unis) qui prédominaient au lendemain de la Seconde guerre mondiale.

Entre le début des années 1950 et la fin des années 1960, le monde occidental découvrait la consommation de masse. Pendant près de vingt ans, on a tout dévoré avec frénésie: du chocolat, du café, de la lessive, des tubes de pâtes dentifrice, du papier hygiénique, de la gazoline, des boissons gazeuses, des pantalons, des réfrigérateurs, des chanteurs rock, des stars du cinéma, un pasteur noir, un président des États-Unis et son frère. En 1968, la mort de Robert Kennedy

marque la fin historique du Pop Art. Mais ce que l'on a le plus consommé ce sont des images: celles déversées au rythme de 24 par seconde par la télévision naissante, celles étalées à profusion sur papier glacé par les magazines, celles des affiches et celles des enseignes lumineuses clignotant comme autant de clins d'oeil de Time Square à Las Vegas. Du rêve. Des images de confort, des signes extérieurement du bonheur.

Une oeuvre résume cette « idéologie du bonheur par la consommation » bien mieux que n'importe quel manifeste ou programme politique ou philosophique. Il s'agit du collage *Just What Is It That Makes Today's Homes So Different, So Appealing?* (Qu'est-ce qui peut bien rendre nos intérieurs d'aujourd'hui si différents, si séduisants?) réalisé en 1956 par Richard Hamilton.

Lancé en Grande-Bretagne par un petit cercle d'artistes, d'architectes et de critiques rassemblés sous le nom d'Independent Group, le mouvement Pop doit son nom à un critique, Lawrence Alloway. Une sélection de quelques oeuvres marquantes de la vague Pop anglaise jalonnent l'itinéraire de la Rétrospective Pop Art. On y trouve les signatures de Richard Hamilton, Eduardo Paolozzi, Peter Blake, Richard Smith, David Hockney, Patrick Caulfield, Joe Tilson, Clive Barker, Allen Jones, Peter Phillips.

DES IMAGES, MILLE IMAGES

C'est également sous le signe de l'ambiguïté que se développe et s'impose le Pop Art aux États-Unis. De ce mouvement, émergent de véritables vedettes populaires au premier rang desquelles se détache Andy Warhol. La rétrospective du Musée des beaux-arts rend justice aux deux principaux courants qui constituent aujourd'hui les caractères distinctifs du Pop Art: l'exploitation de l'image imprimée et la mise en scène des objets les plus utilitaires.

Les photos célèbres des grandes stars du monde du spectacle, mais également les pauses typiques des personnalités politiques tout comme les images des héros et des personnages de bandes dessinées sont simplement reproduites, manipulées (Ray

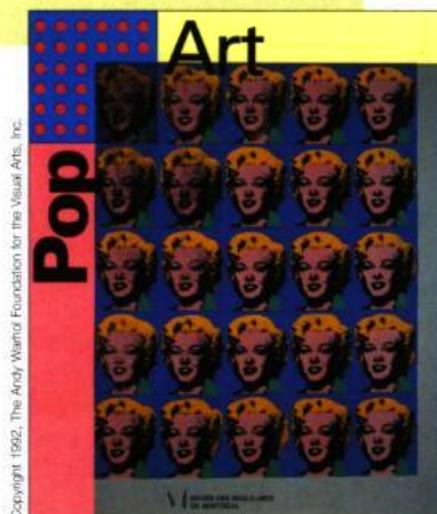
Johnson), multipliées (Andy Warhol), démesurément agrandies à un tel degré que les points de la trame imprimée soient la raison d'être (ou presque) du tableau (Roy Lichtenstein). On découvre avec plaisir les compositions des artistes qui feignent d'illustrer le plus sérieusement du monde les mille objets usuels qui fondent l'art de vivre américain en passe de devenir l'art de vivre occidental. Les oeuvres présentées donnent toute sa force et toute sa richesse à l'exposition de Montréal. On remarque les vingt-cinq Marilyn colorées, Coca-Cola Bottles, Sylvester, Double Elvis, les Brillo Boxes de Andy Warhol, Mr Bellamy, Forget It, Forget Me de Roy Lichtenstein, Love, EAT Sign de Robert Indiana. Pour illustrer la vie quotidienne, impossible de manquer Still Life, Bath Tub Collage 2, Interior 2 de Tom Wesselmann, Club Sandwich de Wayne Thibaud. A la charnière image-objet les productions de Jim Dine Double Red Bathrobe, Pink Bathroom, The Parts ou de Joe Goode comme Small Space sont annonciatrices des courants artistiques qui suivront le Pop Art et qui inspirent les artistes actuels. Naturellement, une place importante est consacrée à l'automobile et à ce qui l'entoure comme en témoigne les oeuvres The Gas Station de George Segal, et la série des Gasoline Stations de Edward Ruscha, ainsi que Full Moon de Allan D'Archangelo. La visite se termine en apothéose avec les oeuvres gigantesques le Mao, The Last Supper with Christ de Andy Warhol, Four New Clear Women de James Rosenquist, Three-Way Plug-Scale A, Soft, Brown de Claes Oldenburg.

L'Amérique est omniprésente dans les expressions du Pop Art européen avec encore et toujours Marilyn Monroe traitée notamment par Christo et Wolf Vostell.

Certes le plus grand mérite de la Rétrospective Pop Art est d'avoir réussi à restituer avec nuance le caractère équivoque de la «Pop Generation». Mais derrière les jeux parfois provocateurs parfois ingénus, derrière les clins d'oeil, c'est un véritable renouveau de la conception de l'oeuvre d'art où s'insinuent, par exemple, la question des rapports de l'artiste avec ses publics que propose la «Pop Generation». Question à laquelle les artistes d'aujourd'hui n'ont pas fini de répondre. □

POUR EN SAVOIR PLUS...

Le catalogue de l'exposition Pop Art est composé d'une série d'études analytiques sur le mouvement qui s'étend du début des années 1950 à la fin des années 1960. L'ouvrage a été réalisé sous la direction de M. Marco Livingstone, conservateur invité de l'exposition. Il rassemble des textes des spécialistes que sont Sarat Maharaj, Constance W. Glenn, Alfred Pacquement et Evelyn Weiss, Thomas Kellein, Dan Cameron. Ils traitent successivement à la suite de l'introduction et de la présentation de Marco Livingstone, des éléments caractéristiques du Pop Art, puis de son expression en Amérique, en Grande-Bretagne, en Europe, et de ses aspects au cours des années 1980. On trouve dans le catalogue des articles et des interviews des artistes Pop partiellement ou entièrement reproduits à partir des revues où ils ont été originellement publiés. Le catalogue comprend également la liste des oeuvres, les biographies des artistes, une chronologie et une bibliographie sommaire. Réalisé par le Service des publications du Musée des beaux-arts de Montréal, l'ouvrage compte 320 pages avec 220 illustrations en couleurs. Disponible en français et en anglais. Prix de vente: 75\$.



Copyright 1982, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc.