ACADÉMIE
DE NANCY-METZ
Liberté
Égalité
Fraternité

Œuvres, thèmes,
questions de référence
Baccalauréat
Spécialité ARTS
PLASTIQUES

Barbara Kruger

Mise en scène de l'image

L'OEUVRE AU PROGRAMME :
***Untitled (Sans titre),* 1994-95 et 2013-14, dimensions variables, installation de sérigraphies photographiques sur papier. Cologne, museum Ludwig, collection**

Ludwig

PRESENTATION de l'artiste

- Barbara Kruger est une artiste américaine née en 1945.
- Elle utilise l'association de texte et d'image pour créer des œuvres percutantes.
- Son style facilement reconnaissable associe donc des reproductions photographiques en noir et blanc considérablement agrandies, trouvées dans différentes sources (iconographie des années 40/50, images tirées de films, magasines, publicités…) avec des bandeaux rouges sur lesquels sont inscrits en blanc des textes courts comme des slogans, évoquant les codes de la publicité.
- Ses œuvres rappellent les stratégies de surveillance et de propagande de nos sociétés. Elles traitent aussi de la société de consommation, de l'oppression des femmes et des minorités, de la religion, de la manipulation par les médias.
- Parfois montrées sous forme d'installations, ces affiches et slogans immergent le spectateur au centre d'un monde criard, saturé de mots et d'images qui semble lui donner des ordres. Par le jeu de l'invective, les slogans de Barbara Kruger interroge le spectateur par rapport à sa position de regardeur face à une œuvre d'art et le questionne. L'œuvre fait appel à sa conscience et à son esprit critique.
- Trois couleurs dominent l'œuvre de B. Kruger, le blanc, noir et rouge

« My art is about power, love, life and death »

(mon art traite du pouvoir, de l'amour, de la vie et de la mort) Barbara Kruger

FORMATION de l'artiste

Son style s'explique par son parcours professionnel. Barbara Kruger a suivi une formation de graphiste publicitaire. Elle travaille durant six années, pour le magazine de mode new-yorkais *Mademoiselle*, dirigé par Condé Nast (qui publie aussi *Vogue*). Elle y apprend les protocoles (les règles) de construction des images destinées à la communication de masse et, notamment, à opérer les cadrages permettant le meilleur impact visuel (technique de saisie des regards par exemple) qu'elle réutilise ensuite. En 1981, Barbara Kruger quitte définitivement le monde de la publicité.

« Mon boulot en tant que designer (graphique) est devenu avec quelques ajustements mon travail artistique » BK

« La publicité travaille sur des affirmations, alors que Barbara Kruger préfère poser des questions ». **Max Hollein**

EVOLUTION DE SON TRAVAIL

Dans les années 80, l''artiste exécute des **photomontages,** le plus souvent limités à trois couleurs (le rouge, le noir et le blanc), qui sont autant d'images stéréotypés, qui abordent les thèmes de la violence, du pouvoir, de la sexualité … véhiculés par les médias.

Vous n'êtes pas vous-même, 1982

J'achète donc je suis, 1987

Ton corps est un champ de bataille, 1989

Réponse politique à une question de son époque lié au droit à l'avortement.

Dans les années 90 Barbara Kruger réalise ses premières **installations** en s'appropriant totalement l'espace de sa galerie new-yorkaise. Du sol au plafond, des mots et des images s'imbriquent les uns dans les autres. Une certaine virulence dans les propos place le spectateur dans une situation équivoque (ambigüe), celle de sa propre dénonciation. Par la suite elle conçoit d'autres installations, en introduisant la **vidéo et le son**.

1991, Installation à la Mary Boone Gallery (New York)

Elle présenta sa 1ère exposition personnelle à la Galerie Mary Boone, elle fut ainsi la 1ère femme à pénétrer un bastion réputé exclusivement masculin.

A partir de 1996, elle s'empare de **l'espace public.** Elle utilise les espaces publicitaires des bus new-yorkais pour interpeller les passants avec un énorme œil animé et l'injonction « Don't be a jerk » (Ne sois pas un abruti). La même année, elle reprend le même slogan sur des panneaux lumineux dans la ville de Melbourne en Australie.

En 2005 B.Kruger est récompensée à la biennale de Venise par le « lion d'or » pour l'ensemble de ses réalisations.

En 2017, l'artiste collabore avec la marque Volcom, (centrée sur la culture skate), à la biennale Perfoma 17 à New York. L'intervention comprend un panneau d'affichage, un autobus scolaire jaune itinérant, une MetroCard et une installation in situ au Coleman Skatepark. Dans une boutique éphémère, on peut acheter un skate, un bonnet ou un tee shirt avec des phrases.

« Je travaille avec des images et des mots parce qu'ils ont la capacité de déterminer qui nous sommes, ce que nous voulons être et ce que nous devenons » BK

L'ŒUVRE AU PROGRAMME :

Untitled (Sans titre), 1994-95 et 2013-14, dimensions variables, installation de sérigraphies photographiques sur papier.

Cologne, museum Ludwig, collection Ludwig

Exposition intitulée " Notre siècle " en 1994-95

Museum Ludwig de Cologne - Allemagne

Exposition *"Pas encore titré. Nouveau et éternel musée Ludwig »* en 2013-14

L'analyse porte sur la seconde version de 2013-14.

Il s'agit d'une installation qui combine **des photomontages, des textes et des enregistrements sonores. On note un effet de saturation des signes visuels qui enveloppent tout l'espace architectural du sol au plafond.**

Des images sérigraphiées

Les images imprimées par sérigraphie sur de très grands formats recouvrent l'ensemble des murs de l'espace. Il s'agit en grande partie de photographies en plan rapproché sur des visages ou fragments de corps, associées à des barres de texte blanc sur fond rouge. Ces images sont mises en scène selon le modèle des stratégies publicitaires populaires. Elles sont placardés sur les murs du musée, préalablement recouverts d'une image noir et blanc en frise donnant à voir une foule dense, une masse d'individus alignés, qui, assise, semble assister à un discours ou à un évènement. Cet arrière plan participe à l 'effet de saturation.

Des textes

Sur les images, sont inscrits dans un encart rouge des injonctions en anglais: « PRAY LIKE US » (prie comme nous), « TALK LIKE US» (parle comme nous) « BELIEVE LIKE US » (crois comme nous), « LAUGH LIKE US » (ris comme nous) « HATE LIKE US » (déteste comme nous », « FIGHT LIKE US » (Bats-toi comme nous)…

Un petit texte central en anglais, positionné au centre des images, égrène une série de mots : « Ton contrôle. Vigilance effrayante. Ta mémoire effrayante. Ta peur et ta répugnance. Ta cruauté résolue. Tes humiliations implacables »

Au sol, écrit en anglais en lettres blanches sur fond rouge : « QUI ECRIRA L'HISTOIRE DES LARMES ? Y A-T-IL UN COMPAGNON PARFAIT POUR TOUT LE MONDE ? EST-CE UN IDEALISME REACTIONNAIRE AVEUGLE ? POURQUOI DIEU NE DETRUIT-IL PAS SATAN ? QUAND AVEZ-VOUS RI POUR LA DERNIERE FOIS ?

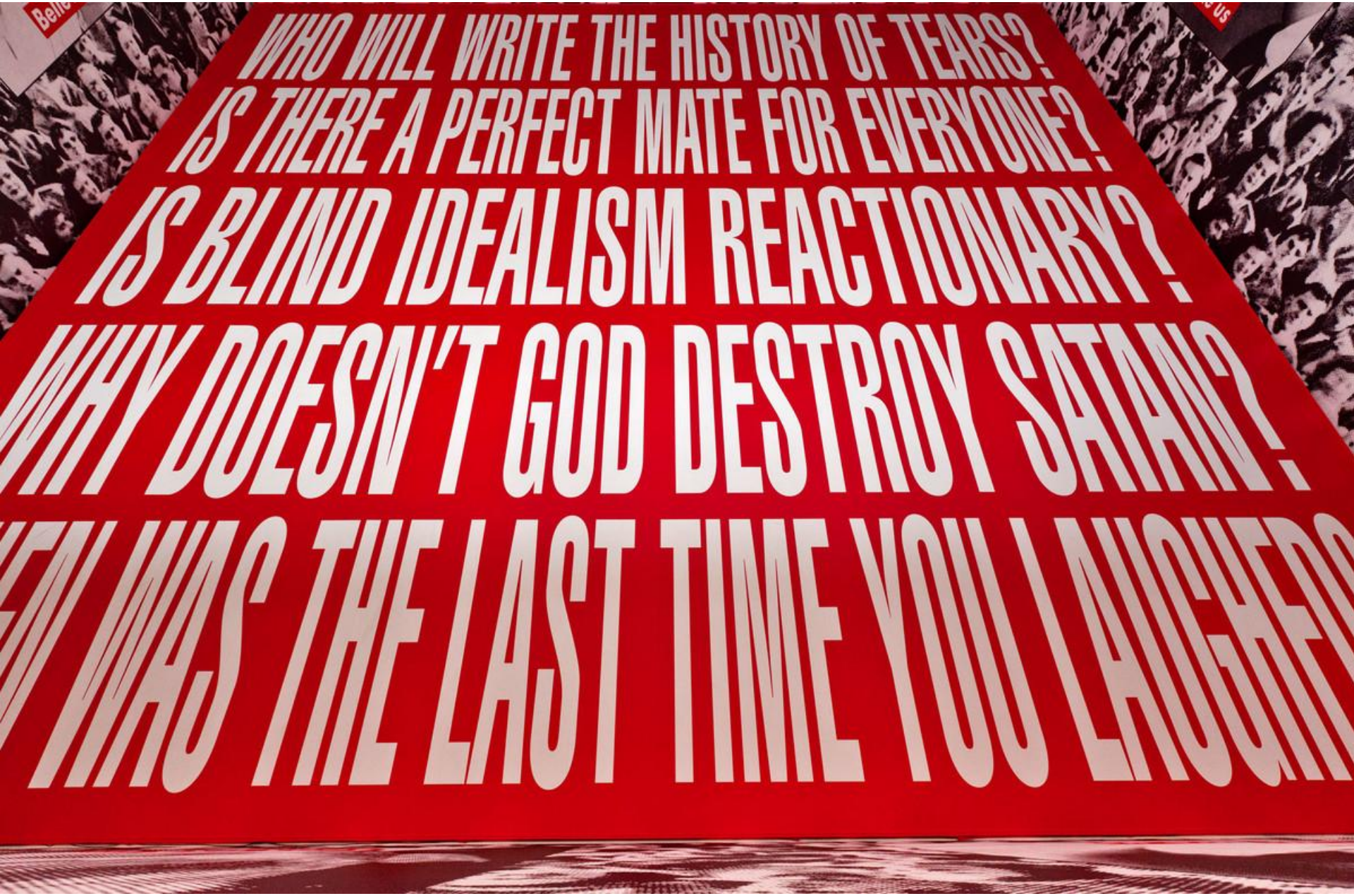
Au dessus des images, écrit en allemand : CE QUE J'AIME EST PLUS IRRESISTIBLE QUE CE QUE TU AIMES, MON DIEU EST MEILLEUR QUE TON DIEU. SAGE, LE SEUL DIEU QUE TU DETESTES MERITE D'ETRE HAÏ. Dans l'installation de 1994, ces déclarations étaient inscrites au plafond et en anglais.

Au plafond : OUBLIER TOUT, NE RIEN SAVOIR, CROIRE N'IMPORTE QUOI

Des enregistrements sonores

Un magnétophone est utilisé pour lire des discours de haine et des déclarations d'amour (I love You) qui plaisent à une foule qui applaudit. On y entend un lauréat remercier son Dieu et jouer avec des slogans dictatoriaux, des tactiques de lavage de cerveau, des stéréotypes sexistes et des revendications racistes de supériorité… tous ces sons emplissent l'espace .

GOTT IST BESSER ALS DEIN GOTT. WEISER, MÄCHTIGER, DER ALLEINIGE GOTT
WAS DU HASST, VERDIENT ES, GEHASST ZU WER
Laugh like us
Pray like us
Hate like us
Fight like us
Think like us
WHO WILL
IS THERE
IS BLIND
WHY DOES


WHO WILL WRITE THE HISTORY OF TEARS?
IS THERE A PERFECT MATE FOR EVERYONE?
IS BLIND IDEALISM REACTIONARY?
WHY DOESN'T GOD DESTROY SATAN?
WHAT WAS THE LAST TIME YOU LAUGHED

SON
ALS DEIN GOTT. WEISER, MÄCHTIGER, DER ALLEINIGE GOTT. WAS DU HASST, VERDIENT ES, GEHASST ZU WERDEN.
Pray like us
Hate like us
Fight like us
Think like us

LA RELATION AU LIEU

LA RELATION AU SPECTATEUR

L’ENGAGEMENT DE L’ARTISTE

Un langage plastique

LA RELATION AU LIEU

L'ESPACE d'exposition

Dans l'œuvre de BK, l'image peut exister dans divers espaces et à diverses échelles.

En ce qui concerne Untitled (Sans titre), 1994-95 et 2013-14

INSTALLATION

Spatialisation monumentale

L'espace est saturé d'images et de textes, du sol au plafond

Une dimension sonore est ajoutée à l'espace rempli d'images

Une œuvre IN SITU … « modulable »

Capacité d'adaptation de l'oeuvre selon le lieu d'exposition

Ce pouvoir de transformation, d'adaptation de l'oeuvre in situ peut être comparé avec le travail de Sol Lewitt.

B.Kruger s'empare de l'architecture des lieux d'exposition pour mettre en scène ses œuvres (ex: « Croyance+doute » 2012, jeu avec les escalators)

Les œuvres de B.Kruger peuvent s'émanciper des lieux d'exposition pour investir l'espace public.

LA RELATION AU SPECTATEUR

La saturation des signes et des sons fait vivre une **expérience sensorielle**, qui peut produire jusqu'à un certain malaise, voire une sensation de suffocation.

Des mises en scène qui provoquent émotion excessive, incompréhension et malaise et qui cherchent à **empêcher les individus de participer passivement au spectacle.**

Déambulation visuelle

Le spectateur peut avoir plusieurs points de vue sur l'oeuvre.

Depuis le niveau inférieur, **la fermeture de l'espace** avec le texte, **l'image et le son immerge le visiteur** dans l'oeuvre. Notre **corps de spectateur est alors intégré, devient un élément mouvant** au coeur de l'installation.

Il **est possible de prendre du recul** et d'observer l'installation depuis une coursive supérieure qui propose un point de vue en plongée sur l'installation, le texte écrit sur le sol pouvant être ainsi appréhendé dans sa totalité.

L'ENGAGEMENT DE L'ARTISTE

Questionnement sur le pouvoir des médias, les valeurs, les droits des femmes, des minorités, les classes sociales, la culture.
L'artiste revendique des prises de positions claires, politiques, sociales, qu'elle transmet par ses œuvres.
B.Kruger désire que ses œuvres suscitent des commentaires.

Des choix plastiques

DES COULEURS

Une gamme réduite de couleurs pour une recherche maximale d'impact visuel. Le format imposant du texte et des images participe à la brutalité de cette collision, au point d'en rendre parfois leur lecture difficile.

DES MOTS, DES TEXTES

Ces slogans frappants interpellent le spectateur. Ils montrent comment il peut être influencé, l'interrogent sur ses faiblesses, ses illusions. Le texte prend à parti le visiteur de manière très directe, par la monumentalité de la police et la formulation (emploi du vous, forme interrogative…). Les slogans sont concis et parfois agressifs.

DES IMAGES TROUVEES

Publicités, magazines, médias…

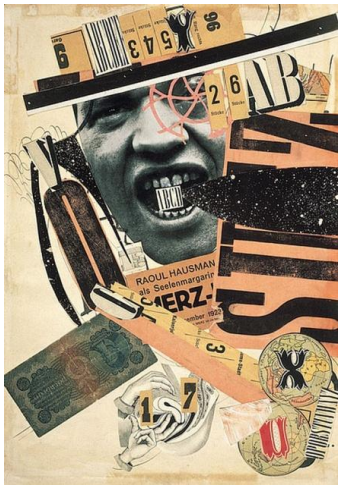
Importance du regard :
le regard des visages sérigraphiés rencontre le regard des visiteurs

Codes de la communication visuelle de masse,
de la publicité

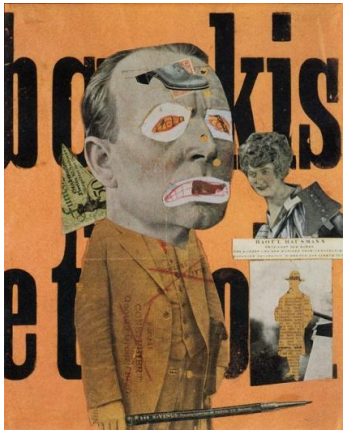
FILIATIONS

Le photomontage

1920, Autoportrait

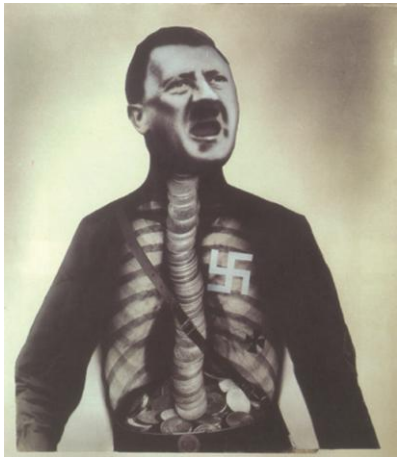


Raoul HAUSMANN



1919,Le critique d'art

John HEARTFIELD

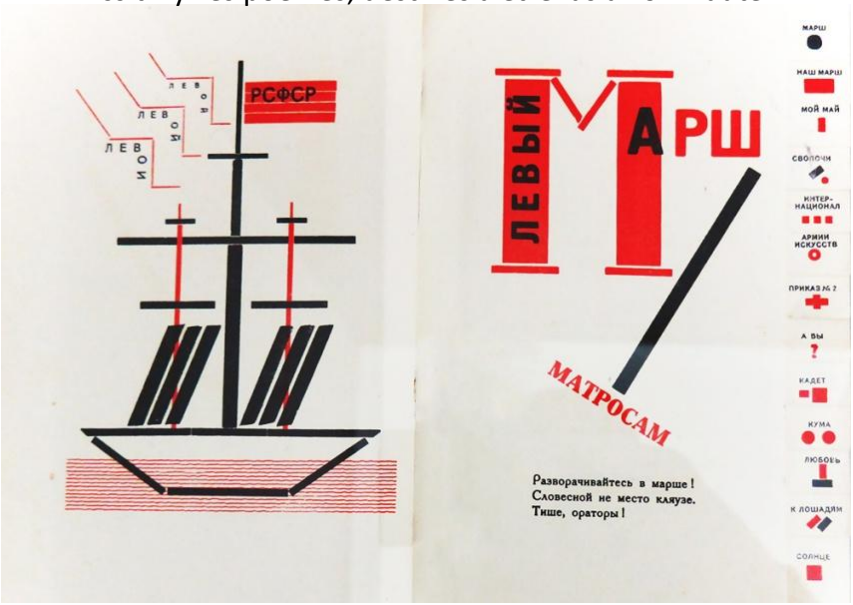


1932 Adolf, Le surhomme

Le CONSTRUCTIVISME RUSSE

Alexander RODCHENKO, Affiche publicitaire pour l'éditeur Lenguiz –1925

L'ouvrage Pour la voix est un recueil de poèmes de Vladimir Maïakovski, publié en 1923 en collaboration avec l'artiste Lissitzky Les poèmes, destinés à être lus à voix haute.



Le message, l'écriture et de sa transmission dans l'espace public

Artistes en résonnance

Jenny HOLZER

Artiste américaine, née en 1950

« Je trouve le monde d'aujourd'hui particulièrement difficile. Je m'efforce donc de transmettre, avec application, tout ce que j'ai pu apprendre, trouver, comprendre, au cas où d'autres puissent s'en servir, pas seulement pour améliorer les choses, mais peut-être apporter de véritables solutions. »

Ses textes sont de nature poétique, sociocritique et politique. Au début de sa carrière, à la fin des années 70 et jusque dans les années 80, Holzer place ses textes et messages subversifs sur des posters, des panneaux, des écriteaux peints à la main, des t-shirts.

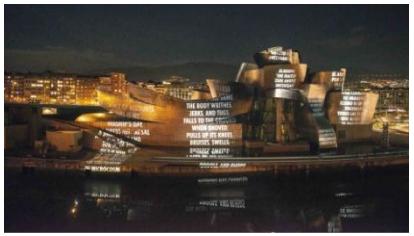
En 1982, elle commence à utiliser la technique des LED (caissons lumineux, rampes défilantes….) qu'elle combine avec de la publicité et des annonces, brouillant ainsi astucieusement les habitudes de perception et de lecture du passant.

A partir de 1996, elle travaille avec des projections de textes grand format dans des espaces extérieurs sur de grands bâtiments.

Tee shirt 1980

All Fall 2012

Bilbao, Guggenheim 2008



Paris, Louvre2009

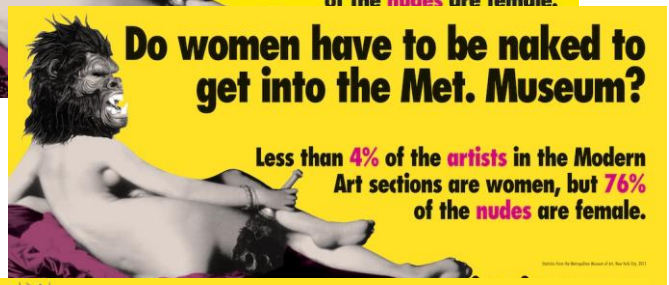
Q. plasticiens : Matérialité de l'œuvre (la lumière) / Monstration et diffusion de l'œuvre, les lieux, les espaces, les contextes/ Réception par un public
Q.transversaux : L'artiste et la société/ L'art, les sciences et la technologie
Q.interdisciplinaires : Lien entre Arts plast. & architecture/ Arts plast & cinéma , animation (interfaces de diffusion et de réception des images)

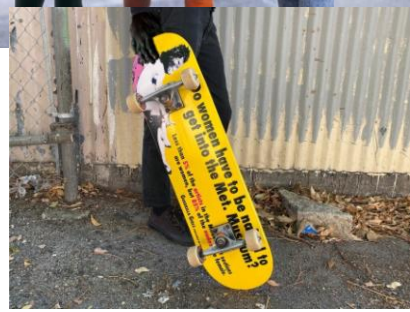
Le message et sa transmission dans l'espace public, l'engagement

GUERILLA GIRLS

Collectif crée en 1984

« En fait, on a pensé à plein d'accessoires possibles, au masque de ski, au sac en papier, au collant, et puis une de nos membres a fait un lapsus en confondant guérilla et gorilla »
« L'affiche, c'est "cheap", ça s'imprime facilement et c'est d'une diffusion immédiate dans la rue »





Cette affiche du collectif relance deux des questions centrales des débats féministes du début des années 70 : le corps féminin comme objet de représentation central de l'histoire de l'art et des institutions qui construisent et relaient son discours, contrasté par l'invisibilité des femmes comme auteurs de la production artistique. Grâce aux interventions dans l'espace public elles visent à se réapproprier la représentation du corps féminin et à repenser dans le monde de l'art le système discursif et institutionnel discriminatoire (envers les femmes et les minorités) pour mieux le transformer.

Q. plasticiens: La représentation (enjeux culturels de la rep+ corps) /Figuration & image (dialogue de l'image avec le support, l'écrit)/ Monstration et diffusion de l'œuvre, les lieux, les espaces, les contextes/ Réception par un public/ Créer à plusieurs plutôt que seul
(La méthode, précisément, n'a pas dévié d'une ligne en trente ans : cooptation, formation par une ancienne Guerrilla Girl, consensus (jamais mou !) et division du travail en restent les piliers. *« On repère les forces des unes et des autres. Certaines sont meilleures pour faire des recherches, d'autres en graphisme, d'autres encore dans l'organisation et la logistique »)*
Q.transversaux : L'artiste et la société

La relation au lieu, au public, la présentation, l'IMAGE

JR

Atiste français né en 1983

« Ce qui compte, ce n'est pas l'image, c'est ce qu'on en fait »
« L'art est un outil pour questionner le monde, remettre en cause des points de vue visuels et intellectuels »

Il a conçu les expositions photo les plus gigantesques de la planète, dans les lieux les plus improbables, tel le bidonville de Kibera, au Kenya. Par images interposées, l'artiste a pu ainsi faire dialoguer Israéliens et Palestiniens, comme il a forcé les habitants de Rio à regarder leurs voisins des favelas. Près de dix ans maintenant que JR et son équipe parcourent le monde, armés d'appareils photo et de pots de colle, faisant escale dans des lieux encore marqués par la guerre civile (Liberia et Sierra Leone), les émeutes (Kenya), une série de viols (Inde) ou une vague d'expropriations (Cambodge). Là où le monde de l'art ne pénètre jamais. Ils vont à la rencontre des habitants, en particulier des femmes, interviewent les unes et les autres, et leur tirent le portrait, pour en faire une affiche qu'ils colleront in situ.

1

2

3

4

1.« Face 2 face », 2007 « Women are Heroes », 2008, 2. Favela Morro da Providencia, Rio, Brésil 3. Mur séparant les États-Unis et le Mexique 2017. 4. Anamorphose pyramide du Louvre, 2019

Q.plasticiens : La représentation (représentation du corps et de l'espace)/ La figuration et l'image (Dialogue entre narration figurée, temps et lieux) / La présentation (incidence des supports, formats, temps …) /Monstration et diffusion de l'œuvre, les lieux, les espaces, les contextes/ Réception par un public (interaction)/ L'idée, la réalisation, le travail de l'œuvre / Créer à plusieurs plutôt que seul
Q.transversaux : L'artiste et la société/ L'art, les sciences et la technologie/ Mondialisation de la création artistique
Q.interdisciplinaires : Lien entre Arts plast. & architecture, paysage

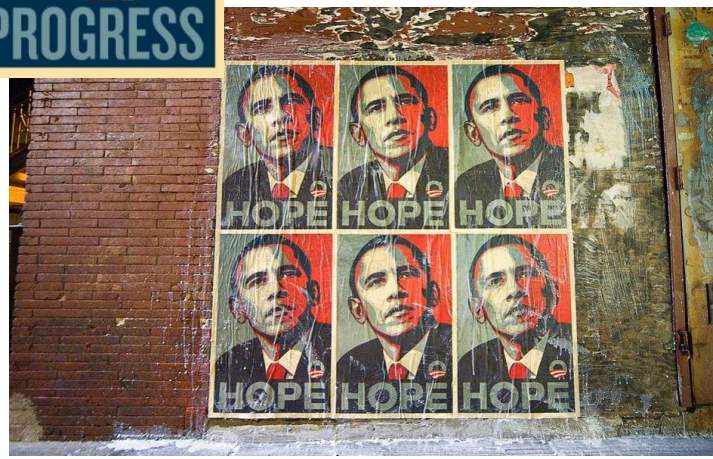
La relation au lieu, au public, la présentation, l'IMAGE, l'engagement… le slogan…

SHEPARD FAIREY- Obey

Artiste américain, né en 1970

« Pour moi, l'essentiel est toujours de démocratiser l'art, et de prendre le risque de le faire. »

Shepard Fairey, également connu sous le pseudonyme OBEY a fondé une entreprise spécialisée dans l'impression de T-shirts et de stickers. En 1989 il reprend sous la forme de stickers ou d'imposantes affiches le portrait aujourd'hui célèbre du catcheur français André The Giant qui deviendra son emblème.
Il a acquis une renommée internationale avec le poster de Barack Obama, HOPE, réalisé à l'occasion de la campagne présidentielle américaine de 2008. -Ses œuvres reprennent les codes de la publicité et les techniques de communication et ceux de la propagande, notamment l'iconographie communiste. Il se sert d'une production artistique sérielle (affiche, sérigraphie) pour diffuser ses idées et sensibiliser le public.



Make art, not war

La même illustration a servi à son oeuvre "Liberté, Egalité, Fraternité", oeuvre née au lendemain de l'attaque terroriste contre le Bataclan en novembre 2015 et dont il a offert un tirage au président Macron.

Du 20 novembre au 11 décembre **2015**, Shepard Fairey a dévoilé **« Earth Crisis »,** une sphère géante suspendue entre le premier et le deuxième étage de la tour Eiffel avec pour thème l'environnement. Ce fut un geste artistique fort pour Paris qui accueillait à ce moment là la Conférence mondiale COP21 pour le climat.

Q.plasticiens : La représentation (représentation du corps)/ La figuration et l'image (Dialogue entre narration figurée, temps et lieux) / La présentation (incidence des supports, formats, temps …) /Monstration et diffusion de l'œuvre, les lieux, les espaces, les contextes/ Réception par un public
Q.transversaux : L'artiste et la société

Photomontage, typographie, sérigraphie,
Installation, oeuvre in situ , scénographie, mise scène image et texte, immersion
Stéréotype, codes, conventions, idéologie
Consommation, marchandisation, domination, manipulation, féminisme, provocation
Contraste, aplat de couleur, saturation de l'espace
Art engagé, réflexion sur les mécanismes visuels (puissance de l'image, du mot qui fait image) utilisés par la propagande

- Le lieu a-t-il un impact sur la compréhension de l'œuvre ?
- La scénographie d'une installation donne t-elle du sens à l'œuvre ?
- Quelle est la place du spectateur dans l'oeuvre?
- Pourquoi l'artiste envahit l'espace public et sort de l'espace muséal ?
- Pourquoi les artistes réalisent des œuvres monumentales ?
- Y a-t-il une frontière entre l'œuvre et le spectateur ?
- L'art peut-il questionner?