

# Vendu !



# Introduction à la vie en Pop



Photo : Getty Images

*La vie en Pop. L'art dans un monde matérialiste, organisée par le Tate Modern, est à l'affiche au MBAC du 11 juin au 19 septembre. Le catalogue de l'exposition est disponible en anglais avec encart en français.*

Le 15 septembre 2008, les New-Yorkais et le monde entier ont appris, à leur réveil, que la banque d'investissement multinationale de Manhattan Lehman Brothers Holdings Inc. se déclare en faillite en se plaçant sous la protection du chapitre 11 du droit fédéral américain. Au même moment, un vent de folie financière d'un tout autre ordre souffle de l'autre côté de l'Atlantique, plus précisément sur une maison de New Bond Street, une rue d'un quartier huppé de Londres, où Sotheby's organise une vente de deux jours des œuvres de Damien Hirst. Probablement le plus célèbre artiste vivant de notre époque, Hirst attire de prospères collectionneurs et de nouveaux acheteurs fortunés du monde entier. Intitulé *Beautiful Inside My Head Forever*, l'événement tient plus du spectacle que de la vente aux enchères. Sotheby's décrit le désormais moins jeune célèbre artiste britannique comme « une rare personnalité prête à assumer les risques », c'est-à-dire à mettre en jeu deux années de travail sur le marché pour voir si celui-ci peut absorber l'arrivage massif de ses œuvres. La réponse, du moins à court terme, est un oui retentissant. Cinq lots seulement sur les 223 présentés n'excèdent pas les estimations. La vente pulvérise toutes les attentes, atteignant un total astronomique de 212,8 millions \$CAN. La rumeur veut cependant que plusieurs fervents collectionneurs de Hirst aient exagérément fait monter les enchères, parallèlement aux offres des nouveaux acheteurs, pour éviter que leur fortune investie antérieurement dans l'achat d'œuvres de l'artiste ne connaissent le même sort que les marchés financiers, plus tôt la même journée.

Plan fixe du défilé de l'Action de grâce de Macy's, mettant en vedette le *Lapin* gonflé à l'hélium de Jeff Koons, 29 novembre 2007. Ballon réalisé par le Macy's Parade Studio en collaboration avec l'artiste

Still from 2007 Macy's Thanksgiving Day Parade®, featuring Jeff Koons's *Rabbit* flying, 29 November 2007. Balloon created by Macy's Parade Studio in collaboration with the artist

Photo : Prudence Cumming Associates Ltd.



Damien Hirst, *Le rêve d'enfance*  
(2008), 167 × 231,2 × 96 cm.  
Collection de Science Ltd.

Damien Hirst, *The Child's Dream*  
(2008), 167 × 231,2 × 96 cm.  
Collection of Science Ltd.

© Damien Hirst / SODRAC (2010)

Tous s'accordent à dire, au regard du succès de la vente aux enchères, que Hirst – qui figurera au premier rang de la liste des 100 personnalités les plus importantes en 2008 selon le magazine *ArtReview* – a tenté son coup au moment opportun. Les œuvres et la documentation de *Beautiful Inside My Head Forever* sont des éléments phares de *La vie en Pop*. *L'art dans un monde matérialiste*, organisée par le Tate Modern de Londres et présentée cet été au Musée des beaux-arts du Canada. L'exposition illustre la façon dont de jeunes artistes, nés sous les feux croisés du Pop Art, du conceptualisme et du *ready-made*, et fermement résolus – surtout Hirst – à agir seuls, se sont imposés comme des hommes d'influence de l'art contemporain dont le prestige et la renommée ont souvent transcendé leur travail. L'exposition regroupe plus de 200 œuvres réalisées par certains des plus célèbres artistes visuels, notamment Hirst, Jeff Koons, Richard Prince, Keith Haring, Martin Kippenberger, Tracey Emin, Maurizio Cattelan et Takashi Murakami. Alliant judicieusement à leur talent, les techniques de marketing et les médias de masse, ces artistes ont impudemment envahi le terrain sociologique de la vie contemporaine et sont devenus littéralement aussi célèbres que les producteurs de culture omniprésents que sont les comédiens, les cinéastes, les héros du sport ou les vedettes du rock. Ils contournent par le fait même le dogme de l'avant-garde voulant que tout artiste sérieux doive impérativement se tenir éloigné d'un apparent succès commercial.

Il est vrai qu'un artiste du nom d'Andy Warhol avait déjà largement transgressé ce dogme avant-gardiste. Dans les années 1960, ses reproductions réalistes de boîtes Brillo et autres représentations d'objets kitsch et commerciaux avaient fait de lui non le premier, mais le plus célèbre artiste du Pop Art. À la fin des années 1970, Warhol en était venu à exploiter son personnage public, le pouvoir de sa marque et sa célébrité comme des fins en soi. *La vie en Pop* s'ouvre sur une explication intellectuellement et visuellement fascinante de ce Warhol – celui qui a fondé la revue *Interview*, qui réalise des vidéoclips et des capsules pour son émission télévisée « Fifteen Minutes » et qui est très en demande dans le milieu de la mode. Dans les années 1970 et 1980, l'atelier de Warhol, The Factory, produit de nombreuses œuvres peintes de différentes dimensions intitulées *Rétrospective / Inversion* qui font le point sur l'iconographie Pop reconnue de l'artiste. Ses Marilyn Monroe, Joconde et autres boîtes de soupe Campbell's largement diffusées et reproduites à l'infini inondent le marché de l'art non pas pour répondre à une demande, mais pour *créer* une demande – une approche que rappelle le récent spectacle de Hirst et Sotheby's. Comme l'écrit Jack Bankowsky, chroniqueur d'*Artforum* et co-commissaire de l'exposition, « La dernière ronde de produits et d'autopromotion d'Andy, [c'est-à-dire] la panoplie de ses excès paraît, aujourd'hui, non seulement inévitable, mais exceptionnellement féconde. »

Le zèle entrepreneurial de Warhol sera rapidement imité par un jeune Américain inspiré par le graffiti, Keith Haring. Les dessins à la craie exécutés par ce dernier au début des années 1980, qui ornent les panneaux publicitaires vierges du métro de New York, créent un dialogue intéressant entre les esprits curieux et

l'artiste. Après cette première étape, Keith Haring produit de petites épinglettes dont les images prolifèrent dans les annales du quotidien comme le notoire *Radiant Child* [l'Enfant rayonnant]. Rapidement, l'artiste ouvre une boutique à Soho, The Pop Shop, qui vend des épinglettes, des t-shirts, des affiches et une panoplie de toutes sortes d'articles promotionnels qui arborent ses créations graphiques. La boutique, qui eut pignon sur rue de 1986 à 2005, existe toujours en ligne. Reconstituée et remise en service pour *La vie en Pop*, cela illustre qu'il est à nouveau possible d'acheter, porter et partager, à prix raisonnable, la brillante vision humaniste de Haring.

Environ à la même époque que l'ouverture de la Pop Shop, un autre artiste, Jeff Koons, embrasse (au premier ou au deuxième degré, rien n'est jamais simple avec lui...) la « banalité » de la consommation croissante de l'Amérique moderne en transformant différents objets ordinaires sans importance en trésors artistiques. La sculpture la plus connue de Koons, *Lapin* (1986) – structure en acier inoxydable ayant l'apparence d'un lapin gonflable de bande dessinée occupé à croquer une carotte – est une impeccable « ode à la joie ». Par après, Koons joue largement la carte de l'art et de l'objet, créant ainsi en 2007 pour le défilé de l'Action de grâce des magasins Macy's un gigantesque clone de son *Lapin* gonflé à l'hélium, de 16 mètres de haut. Avec l'aimable autorisation de Macy's, des images de ce défilé accompagnent la sculpture exposée dans *La vie en Pop*. Ainsi *Lapin* boucle-t-il la boucle : l'œuvre tirée du quotidien a atteint l'art et est retournée au quotidien, non sans avoir rejoint le grand public.

La volonté d'offrir au monde entier une vision esthétique est le moteur qui sous-tend l'art de Koons dès les tout débuts de sa carrière artistique aujourd'hui infâme. Dans une entrevue de 1991 avec le critique Robert Enright pour la revue artistique *Border Crossings*, Koons affirme haut et clair que l'art doit être diffusé aussi largement et efficacement que possible en résistant à toute

tentative d'intimidation, à l'instar des tableaux religieux des ateliers de la Renaissance ou du Baroque. Il explique que les artistes, qui ont toujours été les maîtres, ont renoncé aux outils essentiels que sont la capacité de séduire et de manipuler et que d'autres industries, notamment celles de la publicité et du divertissement, ont repris ces outils et ont continué à les exploiter, acquérant ainsi un très grand pouvoir. Koons conclut que quiconque travaille dans l'industrie du divertissement ou de la publicité est bien placé pour avoir une influence politique bien plus directe qu'un artiste, que l'art est devenu impotent et qu'il veut corriger la situation.

Le message de Koons se lit comme une introduction utile à la compréhension de la démarche des artistes de l'exposition qui, pour avoir (délibérément ou non) adapté « l'art commercial » d'Andy Warhol à leurs propres fins, ont volontairement et largement atténué les frontières entre l'art, le divertissement et le marché – déviant et contestant du même souffle les structures et les conventions de ces domaines d'activité. Soucieux de comprendre ce champ esthétique dominant où les artistes risquent la colère des critiques, voire la controverse, pour séduire un public plus nombreux et atteindre des prix vertigineux, les commissaires Alison Gingeras, conservatrice principale de la collection Pinault, Catherine Wood, conservatrice en art contemporain et performance au Tate Modern, et Jack Bankowsky s'aventurent dans des champs d'exploration et de révélation à la fois essentiels et contrariants de l'histoire de l'art contemporain. Intitulée *La vie en Pop*, leur étude sans précédent pourrait peut-être porter le titre plus juste de « relecture de l'art de la vente ». Un jugement attendu cet été, à compter du 11 juin, au Musée des beaux-arts du Canada.

Jonathan Shaughnessy  
Conservateur adjoint, Art contemporain, MBAC



Tseng Kwong Chi, *Keith Haring dessinant dans le métro de New York* (1985). © 1985 Muna Tseng Dance Projects, Inc. New York. © 1985 Keith Haring Foundation, New York  
Tseng Kwong Chi, *Keith Haring drawing in the New York subway* (1985). © 1985 Muna Tseng Dance Projects, Inc. New York. © 1985 Keith Haring Foundation, New York