Liam Considine, American Pop Art in France: Politics of the Transatlantic Image

Sophie Cras

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/61703>

DOI : 10.4000/critiquedart.61703

ISSN : 2265-9404

Éditeur

Groupement d'intérêt scientifique (GIS) Archives de la critique d'art

Référence électronique

Sophie Cras, « Liam Considine, American Pop Art in France: Politics of the Transatlantic Image », *Critique d'art* [En ligne], Toutes les notes de lecture en ligne, mis en ligne le 04 juin 2021, consulté le 25 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/61703> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/critiquedart.61703>

Ce document a été généré automatiquement le 25 septembre 2020.

EN

Liam Considine, American Pop Art in France: Politics of the Transatlantic Image

Sophie Cras

- 1 L'ouvrage de Liam Considine offre le plaisir si précieux de la découverte sur un sujet apparemment rebattu : la réception du Pop art américain en France pendant les années 1960, sur fond de rivalité artistique et d'antiaméricanisme idéologique. C'est en traquant la réception non seulement dans les discours critiques mais dans les œuvres elles-mêmes, et en s'extrayant très librement de l'étroit périmètre de l'« art » pour embrasser le design graphique, le cinéma ou la bande dessinée, que l'auteur parvient à intégrer de nouveaux acteurs, des circuits de diffusion inattendus et des ressorts politiques et esthétiques insoupçonnés dans une histoire que l'on croyait bien connue. Dans son premier chapitre (« Disaster in Paris » p. 13-38), Liam Considine analyse par exemple la manière dont fut reçue à Paris la série des *Car Crashes* d'Andy Warhol, exposée en 1964. Il montre que la réception ambivalente du public français fut préparée dès 1963, lorsque furent diffusées de célèbres publicités pour la Citroën DS conçues par Robert Delpire dans un style ouvertement pop. Le publicitaire français s'inspirait d'une déclinaison par Warhol du motif de l'automobile, parue l'année précédente dans le *Harper's Bazaar*, une commande des éditeurs dans l'attente non dissimulée de séduire les annonceurs du magazine. La boucle de ce circuit de réappropriations et re-sémantisations successives se ferme dans le cinquième chapitre du livre (« Screen Politics », p. 112-141), lorsqu'on apprend qu'en 1968, les artistes militants – qui avaient eux-mêmes repris la technique sérigraphique des artistes new-yorkais – s'inspirèrent des voitures pop de Warhol et Delpire pour produire des visuels soutenant la grève dans le secteur automobile, et notamment dans les usines Citroën de la région parisienne. Si l'ouvrage s'inscrit dans la lignée des travaux récents sur le « *global pop* », il cherche moins à faire découvrir de nouveaux foyers d'émergence locaux du « pop », qu'à mettre à jour les processus d'influence et d'appropriation (en empruntant à la méthode des transferts culturels son approche critique de ces notions). En ce sens, la circulation transatlantique fonctionne unilatéralement, et le lecteur a parfois

l'impression vertigineuse que toute la culture française de l'époque – de la Figuration narrative à l'Internationale situationniste en passant par le cinéma de Jean-Luc Godard – est un sous-produit du Pop art américain (quand bien même ce serait pour retourner les valeurs américaines sur elles-mêmes). Pour dissiper ce trouble – ou le pousser à son comble – on se prend à rêver d'une « histoire mondiale de l'art en France » dans les années 1960, qui ajouterait aux résultats de Liam Considine ce que l'art français doit à l'Allemagne (Antje Kramer-Mallordy), au bloc de l'Est (Mathilde Arnoux), mais aussi à l'Amérique Latine ou à l'Asie.