

ANDREAS GURSKY, 99 CENT, 1999. 206,5 x 337,58 cm. PHOTOGRAPHIE NUMÉRIQUE

L'œuvre est d'emblée impressionnante par son **format monumental** inhabituel pour une photographie, le spectateur est **immergé** dans le spectacle de la consommation mais malgré la **netteté** et l'**évidence** apparente de l'image, Gursky instaure un **doute** et multiplie les **paradoxes** : quelle est la part de **démarche documentaire, d'objectivité** d'un côté et de l'autre, **d'artifice**, de **retouches** dans cet **enregistrement du réel** ? Le photographe semble **combinaison d'une vision macroscopique et d'une approche microscopique** tant il définit avec **méticulosité** les milliers de **détails** qui la composent. L'image offre une **définition impossible à percevoir par l'œil humain ni par l'objectif photographique** quand il veut embrasser un champ visuel aussi vaste (la focalisation génère des phénomènes de **flou** dans la périphérie qui échappe à la mise au point). La **construction** de l'image est particulièrement **rigoureuse** avec ce contraste entre les **horizontales et les verticales** qui la soulignent et son **ordonnement symétrique** mais l'œil du spectateur **ne peut se fixer** dans cette **profusion** et ce chatoiement, une sensation de **vertige** le gagne face à ce « **all-over** », cette accumulation d'informations. Enfin, le spectateur peut avoir l'impression de contempler une peinture tant le **chromatisme** de l'œuvre est **exacerbé**, on perçoit en priorité une **trame polychrome vibratile** avant de pouvoir identifier les produits. De plus, l'espace joue sur une **ambiguïté** dans sa perception : la **saturation des couleurs, la frontalité du point de vue et la répétition infinie** viennent **parasiter** la lecture **perspective** de l'espace et l'assimilent à l'**aplat pictural**. Les peintres **hyperréalistes** nous avaient confrontés à l'**illusionnisme photographique**, on peut considérer que la démarche est ici **inversée**.

« OBJECTIVITÉ »

*Andreas Gursky entre à l'école des beaux-arts de Düsseldorf en 1980, et devient l'élève de **Bernd et Hilla Becher**, un couple de photographes célèbres pour leur **esthétique documentaire** ultra-rigoureuse. L'influence des Becher sur le jeune Gursky est notable dès le début de sa carrière ; sa composition est toujours **précise et minimale**, il adopte des **points de vue reculés**, et la **profondeur de champ** dans ses images est **totale**. Mais contrairement aux Becher, dont le projet était la représentation **objective** et la **classification méthodique** du bâti industriel, Andreas Gursky va petit-à-petit orienter son œuvre photographique vers une image plus romancée et **grandiose**, avec la volonté claire **d'impressionner** le public...*

*En 1993, Andreas Gursky réalise une première image à l'aide d'un **montage numérique** ; « Montparnasse buildings » **combine plusieurs photographies** d'un HLM prises depuis des **points de vue différents** et ensuite **rassemblées** en une large image, à la manière d'une **mosaïque**. Notre image du jour, 99 Cent, suit le même processus de fabrication ; elle est le fruit d'un **assemblage** de plusieurs photographies de **différents magasins**, **augmentant** de ce fait la surface du lieu, dont a presque du mal à apercevoir le fond. S'ajoute à cela des **créations** de toutes pièces, comme les **colonnes blanches** et le **plafond reflétant** les rayons. Gursky a également **retouché les couleurs** des produits, en les **saturnant** afin de donner une **esthétique pop** à l'image. Le photographe utilise la technique du **Diasec** : une fine couche de **résine acrylique** est appliquée sur la photographie. Ce procédé préserve les couleurs de la photographie dans la durée et évite qu'elles pâlissent ou qu'elles jaunissent.*

*Comme dans l'univers de la **publicité**, la réalité n'a ici plus aucun droit, tous les coups sont permis ! Le **réel** peut être **transformé** à souhait, mais à condition que cela **ne se voit pas**, et que le produit présenté nous paraisse **crédible**... Nous sommes donc aux **antipodes de la démarche objective des Becher** ; Gursky ne garde de ses professeurs que l'**esthétique apparemment informative et descriptive** du sujet, sauf que ce dernier n'existe pas (ou presque) ...*

*Comme le souligne également Alva Noë, « la photographie 99 Cents présente une vue du magasin complètement **artificielle**. Nous n'expérimentons jamais autant de **détails**, pas autant que cela ». En*

effet, un traitement numérique important a été réalisé sur cette photo avec une saturation des couleurs et une grande **netteté**. Ceci permet un jeu avec la perception en combinant à la fois la vision macroscopique du hall du supermarché et **l'approche microscopique** avec les nombreux articles et leurs détails que nous **percevons en un instant** sur l'image.

« PHOTOGRAPHIE PICTORIALISTE »

Claire Guillot du journal Le Monde déclare : « L'artiste, qui s'est d'abord rêvé **peintre**, s'est toujours bien **plus intéressé à l'ordonnement** des objets dans l'espace, à **l'organisation interne d'une image**, qu'à la réalité qu'elle recouvre. D'où les innombrables **retouches**, qui font basculer les oeuvres dans **l'artifice**. » Et de citer Andreas Gursky : « La **critique sociale, c'est à vous de la voir**. Mon intérêt principal est de **faire des images**. ». Il procède également à des retouches sur ses clichés, en **saturant les couleurs** des produits dans les rayonnages et en ajoutant un reflet au plafond (une façon, cette fois, de **saturer l'espace**). Afin de réaliser ces images, Gursky utilise des **manipulations informatiques : assemblage de plusieurs photos, retouches...** Pour la plupart, ses photos sont « **pensées** » à l'avance, c'est un travail de **composition comme un peintre avec sa toile**.

L'axe de vue est une **plongée** c'est-à-dire que la photo est prise du haut vers le bas, ce qui provoque un effet de **tassement**, un **écrasement de la perspective** qui donne une sensation **d'enfermement**, d'étroitesse. Ceux-ci peuvent nous faire penser à la vue d'une **caméra de surveillance**. L'image est structurée autour de la **répétition des lignes horizontales** des rayonnages. Le prix des produits est mis en avant par sa présence **sur les lignes de force de l'œuvre** (les bandeaux horizontaux de l'arrière-plan, les macarons "3 for 99 c" du premier plan (photo annexe), mais aussi les **bandes blanches qui rythment la composition**. (...) Le travail sur les couleurs et la taille de l'image renforcent **l'allégorie**. **L'abondance** des produits attirent l'œil, du fait de leurs couleurs vives que l'on peut voir refléter sur le plafond.

« IMAGO MUNDI »

Gursky parcourt le **monde** à la recherche de sujets qui **illustrent nos sociétés modernes** en mettant en avant les **rapports d'échelles entre les hommes et l'architecture**, les phénomènes de **foules** ou encore la **mondialisation**. Il s'agit d'une vue **panoramique** des rayons d'un supermarché américain. IL **combine l'infiniment grand** (le hall du supermarché) et **l'infiniment petit** (les milliers d'articles des étalages).

D'après Julien Verhaeghe, critique et commissaire d'exposition indépendant, « Le **recul du point de vue** instauré par Gursky **interroge la place même de l'individu au sein d'une communauté** qui se veut non seulement plurielle, mais surtout **exponentielle**. Cela fait **écho à la mondialisation** et au principe du **consommérisme** dans lequel l'individu est exposé à **l'accroissement de la quantité de produits**, augmentant son choix, et ainsi ses achats à des prix toujours plus intéressants (99 cents).

Par opposition, les **humains sont de dos, baissant la tête** vers les rayons et sont tous vêtus en noir ou en blanc. Les clients sont **flous**, aucun n'est **identifiable**. Les humains sont **écrasés par la vue plongeante** et ne sont que des **ombres qui errent** au milieu de cette multitude de produits et de marques. Le client n'est pas une personne mais une **machine à acheter**. Acheter toujours plus à des prix toujours plus intéressants (99 cents). A travers son oeuvre, Gursky **dénonce la société de consommation**, lieu où le client vient assouvir ses **pulsions dépensières**. Le supermarché devient le lieu où l'homme devient **l'esclave de la société de consommation** sans que ce dernier en prenne conscience.

Selon Zanny Begg, « Gursky à travers ses œuvres, joue avec notre perception pour représenter « un monde que nous connaissons mais aussi un monde **partiellement imaginaire** », une vision dérangeante d'un « **monde en devenir** ». Nous y interprétons également une **lecture sociale** en mettant en jeu la **macrostructure représentant la société de consommation et la microstructure représentant l'individu seul**. En outre, la vision d'un monde en devenir est dérangeante car elle représente un lieu toujours plus **saturé et pollué** de tous les déchets engendrés par les produits et l'appauvrissement des ressources consécutives à la surconsommation.

L'œuvre est représentative de ce que les critiques d'art appellent désormais, l'avènement de la **forme-tableau** dans l'histoire de la photographie, une sorte de **néo-pictorialisme** renvoyant à celui qui s'était développé entre 1890 et 1914 (Robert Demachy, Edward Steichen ...) : **monumentalité** du format, **chromatisme** pictural et **reconstruction du réel par montage** de fragments enregistrés.

Par rapport à la question du programme limitatif – **documenter, augmenter le réel**, Joseph Vernet étudié précédemment, **mettait en scène littéralement la vue topographique par un point de vue singulier** : depuis un belvédère animé par une scène bucolique en amorce. On pouvait attendre de la photographie, une approche plus **distanciée** et « **objective** » du réel par sa fonction **d'enregistrement mécanique** – précisons que pour réaliser son paysage, Vernet utilisait la **camera oscura**, ancêtre de l'appareil photographique. Gursky comme Vernet, est **peintre**, il « **augmente** » le réel en **artificialisant** les couleurs et en **reconstruisant la réalité** par montage de fragments comme procédaient les peintres les plus classiques. Si cette démarche était motivée par une intention **d'idéaliser**, elle débouche chez Gursky, sur une approche **hyperbolique et globale** du monde visible, chargée d'une vision **critique** et **dénonciatrice** du monde moderne.

Autres œuvres de Gursky :

- *Paris-Montparnasse*, 1993, 180 x 350 cm
- *Chicago Board of Trade II*, 1999, 157 x 284 cm
- *Hong Kong Shanghai Bank*, 1994, 184,5 x 136 cm
- *Pyongyang I*, 2007, 305 x 206 cm
- *Bibliothèque*, 1999, 200,3 x 361 cm
- *Kamiokande*, 2007, 222 x 357 cm
- *Bahrain*, 2007, 280 x 197,5 cm
- *Greeley*, 2002, 206 x 264 cm
- *Rhein II*, 1999, 190 x 360 cm

OUVERTURES :

- Edward Steichen, *The Flatiron*, 1904
- Bernd et Hilla Becher, *Water Towers*, 1972-2009
- Sebastiao Salgado, *Mines d'or de la Serra Pelada*, 1986
- Andy Warhol, *Campbell's Soup Cans*, 1962
- Wayne Thiebaud, *Cakes*, 1963
- Claes Oldenburg, *Pastry Case*, 1961-1962
- Gudmundur Errò, *Foodscape*, 1964
- Duane Hanson, *Supermarket Lady*, 1969-1970
- Richard Estes, *Central Savings*, 1975
- Liu Bolin, *Supermarket n°3*, 2017

Introduction et conclusion : Nadi Tritarelli - TEXTES EN ITALIQUE EXTRAITS DES SITES SUIVANTS : Culturellement Vôtre, Kart n° 286, Over Blog, The Photo Academy.