La Série : Bouteilles de coca-cola vertes, 1962

Titre original: Green Coca-Cola Bottles (bouteilles de coca-cola vertes)
Date: 1962, Origine: Etats Unis,
Technique: sérigraphie et graphite sur toile, Dimension: 209.55 x 144.78 cm,
Style: Pop Art
Collection: Whitney Museum of American Art, New York.
Auteur : Andy Warhol

Andy Warhol (de son vrai nom Andrew Warhola), né le 6 août 1928 à Pittsburgh en Pennsylvanie et mort à New York le 22 février 1987 est un artiste américain, figure centrale du Pop Art, dont il est l'un des pionniers.

Contexte
(historique, social, artistique ...) :
Le Pop Art et Andy Warhol débutent dans ce que les anglais ont nommé les sixties, c'est à dire les années 60 (60-70), cette décennie sera marquée par les révoltes étudiantes de mai 68, la fin des colonies et l'essor sans précèdent de la consommation de masse, on dira des jeunes des sixties qu'ils sont « les enfants de Marx et de Coca-Cola », parmi les événement important de cette époque il faut retenir : Guerre du Viêt Nam, la révolution culturelle en chine, Printemps de Prague, Guerre d'Algérie, la décolonisation en Afrique, Assassinat de Kennedy, Mai 1968, Festival de Woodstock, Crise des missiles de Cuba, le Rock and Roll moderne et le mouvement hippie et en 1969 le premier pas de l'homme sur la lune.
Le Pop Art est un mouvement artistique qui trouve son origine en Grande Bretagne au milieu des années 1950, sous l'impulsion de Richard Hamilton et Eduardo Paolozzi.
Un peu plus tard, au tout début des années 1960, c'est au tour du Pop art américain d'émerger. Avec Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Robert Rauschenberg ou encore Jasper Johns, c'est surtout la branche américaine qui va populariser ce courant artistique devenu majeur, en questionnant la consommation de masse de façon agressive. Il s'agit principalement de présenter l'art comme un simple produit à consommer ; éphémère, jetable, bon marché...

Analyse
L'oeuvre représente 7 rangées de bouteilles de coca cola, bien alignées comme dans une usine ou un rayon de supermarché.
Les figures répétitives en apparence sont autant de figures singulières, comme si l'artiste voulait joindre l'unique et le multiple ou combiner la subjectivité de l'artiste à la mécanisation de la production dans notre société moderne (ici incarnée par le produit de consommation).

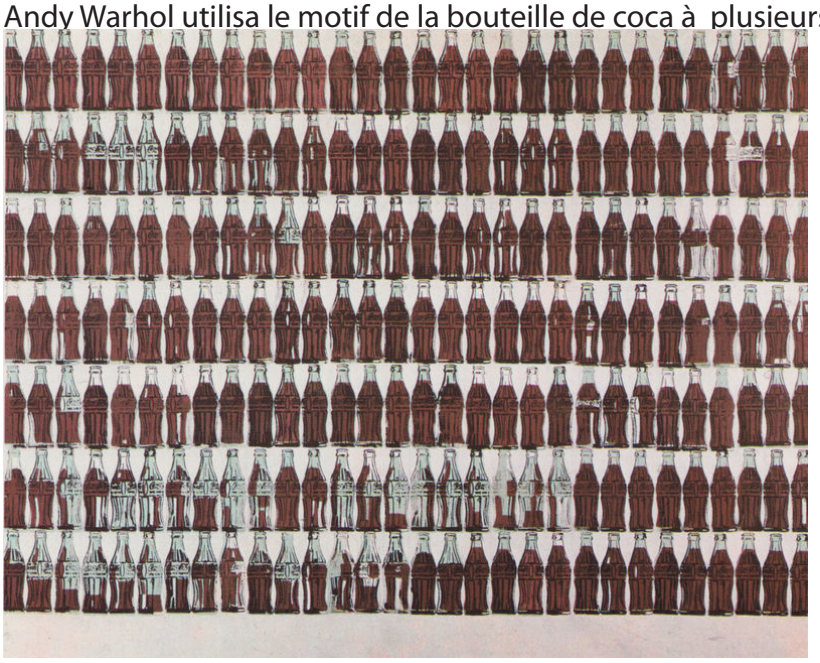
Andy Warhol joue avec les apparences en créant la confusion entre peinture (toile, figures) et affiche, entre art traditionnel et publicité sans jamais basculer ni dans l'un ni dans l'autre, mais au contraire en créant une tension, un aller retour entre les deux.
Warhol utilise habituellement la sérigraphie : Le choix de la sérigraphie comme mode de production fait volontairement référence à la publicité, c'était en effet l'outil mécanique servant à fabriquer les affiches publicitaires.

Dans cette oeuvre, Andy Warhol a décidé de peindre des bouteilles de Coca-Cola dans leur dimension réelle sur sept rangées. Les bouteilles sont identiques, avec plus ou moins de contraste, certaines pleines, d'autres vides ou plus ou moins remplies et surtout bien rangées. Le tableau symbolise les sociétés occidentales (à commencer par la société américaine) qui sont marquées par la forte croissance économique, après la seconde guerre mondiale, avec l'apparition de produits de consommation courante dans les supermarchés (le Coca-Cola étant la boisson américaine la plus répandue et la plus connue dans le monde). L'objet choisi devient une icône. L'œuvre fait réfléchir le spectateur sur sa consommation et la société qui l'entoure. Dans son apparente neutralité, elle peut donc apparaître soit comme une critique, soit comme une glorification de la société de consommation.

L'intérêt de la série
La série annule l'unique, l'unicité de l'objet ou de la personne reproduite. En démultipliant l'objet reproduit, l'artiste disparaît en tant que créateur d'une oeuvre originale, il devient un artisant.
La série est pour Warhol, un moyen de création qui lui permet de démontrer la mécanisation. Il avait d'ailleurs nommé son atelier la «Factory» (la «Fabrique»). Il disait lui-même : « Si je peins de cette façon, c'est parce que je veux être une machine, et je pense que tout ce que je fais comme une machine correspond à ce que je veux faire. »
« Ce qui est formidable dans ce pays, c'est que l'Amérique a inauguré une tradition où les plus riches consommateurs achètent en fait la même chose que les plus pauvres. On peut regarder la télé et voir Coca-Cola, et on sait que le président boit du Coca, que Liz Taylor boit du Coca et, imaginez un peu, soi-même on peut boire du Coca. Un Coca est toujours un Coca, et même avec beaucoup d'argent, on n'aura pas un meilleur Coca que celui que boit le clodo du coin. Tous les Coca sont pareils et tous les Coca sont bons. Liz Taylor le sait, le président le sait, le clodo le sait, et vous le savez. »

(extraits du catalogue *Andy Warhol. Rétrospective*, Centre Georges Pompidou, 1990, p. 457-467)

Andy Warhol utilisa le motif de la bouteille de coca à plusieurs reprises



Andy Warhol,
210 Coca-Cola bottles, 1962,
Sérigraphie, encre, acrylique et crayon sur toile de lin
208,3 x 266,7 cm.
Andy Warhol Foundation.