

Supermarket lady

1969, Duane Hanson



polyester, fibre de verre,
divers vêtements et
accessoires, grandeur
nature, musée de
Budapest.

**Comment l'hyperréalisme de
Supermarket Lady peut-il être
vu comme un symbole de la
société de consommation?**



La technique :

L'artiste a pris un modèle vivant qu'il a moulé. Le caddie, les achats, les vêtements sont des objets réels.

Cette sculpture est **hyperréaliste**.

Cette sculpture résume parfaitement le projet de l'artiste qui refuse toute forme d'idéalisme. Il revendique au contraire une réalité crue de la sculpture. Ce n'est pas le « rêve américain », mais une personne de tous les jours.



Le caddie **déborde** de **provisions** en tout genre qui représentent la société de consommation qu'a permis les « 30 glorieuses ».



L'hyperréalisme de la sculpture met l'accent sur l'embonpoint du modèle qui représente **l'abondance** de cette société de consommation.



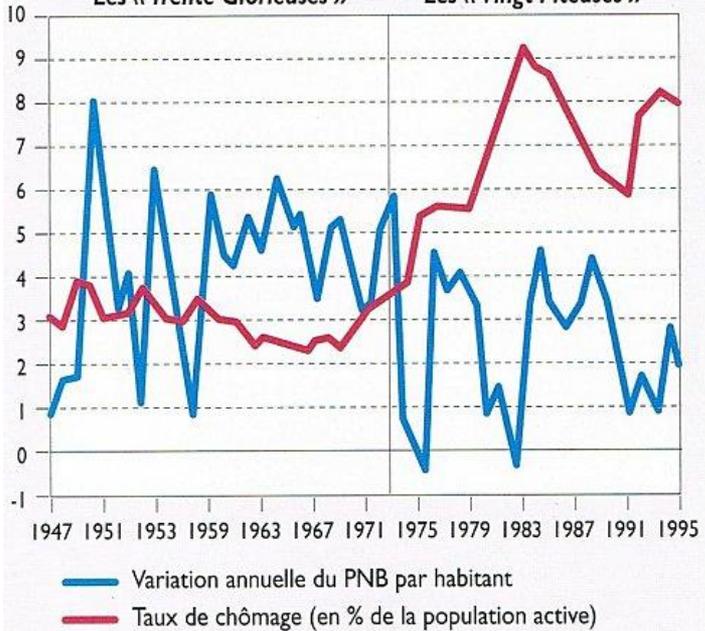
Supermarket Lady porte des bigoudis, a une cigarette aux lèvres ; elle porte des chaussons ; elle n'est pas maquillée, a des boutons : elle vient de sortir de chez elle pour faire les courses.



En %

Les « Trente Glorieuses »

Les « Vingt Piteuses »



société de consommation.

Avec les **30 glorieuses**, la **croissance économique** permet aux Américains comme aux Européens de voir leur niveau de vie augmenter.

Le prix des produits baisse et ils deviennent accessibles au plus grand nombre.

Les foyers peuvent s'équiper en **électroménager**, en Frigidaires, machines à laver, en télévisions...

FRIGEAVIA
LA TECHNIQUE AVIATION
AU SERVICE DU FROID

RÉFRIGÉRATEUR
à compresseur hermétique

PORTE CONDITIONNÉE
FREEZER à 1 ou 2 étages
CLAYETTES MOBILES

DJINN 95
CONTENANCE 95 LITRES

TRIDENT 140
CONTENANCE 140 LITRES

BRETAGNE 220
CONTENANCE 220 LITRES

SALON DES ARTS MÉNAGERS - STAND B 12 - GRANDE HALL

confiance à
FRIGEAVIA
confiance à
TÉLÉAVIA

TELEVISEUR GRAND ÉCRAN 43 ou 54 cm
TRÈS GRANDE FINESSE D'IMAGE
TRÈS HAUTE FIDÉLITÉ SONORE
ÉBÉNISTERIE DE LIGNES TRÈS NOUVELLES
VISIÈRE AVANT PROTÉGÉANT L'ÉCRAN
chêne bicolore ou noyer forcé
LUXUEUX tableaux de bord protégés par émailage

distribués par la Société Française FRIGEAVIA, 40, avenue Victor Hugo, PARIS 16^e - FRANCE

Le contexte : la société de consommation.

Produits moins chers + voiture pour se déplacer + supermarché + frigidaire pour conserver les achats, voici l'équation qui représente bien l'évolution de la société de consommation.

"L'hypermarché ou la fête obligatoire",

"Les caddies s'entrechoquent dans la foule dense. On piaffe dans la monotonie des enfilades des paquets de nouilles, de boîtes de lessive, de fromages, de bas, de bouteilles à perte de vue.

Peu à peu, le charme opère. L'individu le plus réfractaire, la mère de famille la plus préoccupée, le travailleur solitaire le plus aliéné se muent irrésistiblement en consommateur certain, selon le schéma prévu. On ne se sent plus là pour acheter tel ou tel produit, mais pour acheter tout simplement. Une espèce nouvelle d'individu est née: l'individu-caddie, poussant devant lui un chariot comme un énorme ventre supplémentaire et avide qu'il remplit avec application... On cherchait des ciseaux, tout bêtement. Il n'y en a plus. Tant pis, par contre, les égouttoirs à vaisselle sont en réclame. C'est le moment d'en profiter. Va pour l'égouttoir. On est docile désormais".

Le monde, 14 janvier 1970.



It's Making '55 Famous—For Fun!

For sheer driving pleasure, Chevrolet's stealing the thunder from the high-priced cars.

Let's be frank. Up to now, maybe there were reasons for wanting one of the higher priced cars. If you desired something really special in the way of driving fun, you simply had to pay a premium to get it. Usually, a big one!

Not any more! The Motoramic Chevrolet is taking the play away from the high-priced cars with pure excitement on wheels!

Chevrolet's new "Turbo-Fire V8" puts a

beeping hoodful of fun under your foot—162 h.p.! (Special to adventure lovers: 180 h.p. "Super Turbo-Fire V8" is optional at extra cost.) You can also choose from the two highest powered 6's in the low-price field.

As for drives, just name it. Chevrolet offers Overdrive, super-smooth Powerglide (extra-cost options) and a new and finer Synchron-Mesh transmission.

Find out how the Motoramic Chevrolet puts new fun in your driving life! Take the key at your Chevrolet dealer's—and you'll want it for keeps! . . . Chevrolet Division of General Motors, Detroit 2, Michigan.

Motoramic 

See and drive it at your Chevrolet dealer's

Supermarket lady
représente bien cette
époque et ceux qui ont
le plus profité de la
croissance économique :
la **classe moyenne** (ni
pauvres, ni riches mais
dont le niveau de vie
leur permet de
consommer).





Du même auteur :



Queenie II, 1988



Tourists II, 1988

A rapprocher du mouvement du pop art :

Le **Pop Art**, mouvement artistique né dans les années 1950 en Angleterre, va se développer aux Etats-Unis dans les années 1960, avec des artistes tels que, **Roy Lichtenstein** ou **Andy Warhol**. Ces artistes, en utilisant souvent des produits de la vie quotidienne, questionnent la **consommation de masse** de façon agressive. Ils renvoient l'art à un simple produit à consommer : **éphémère, jetable, bon marché...**



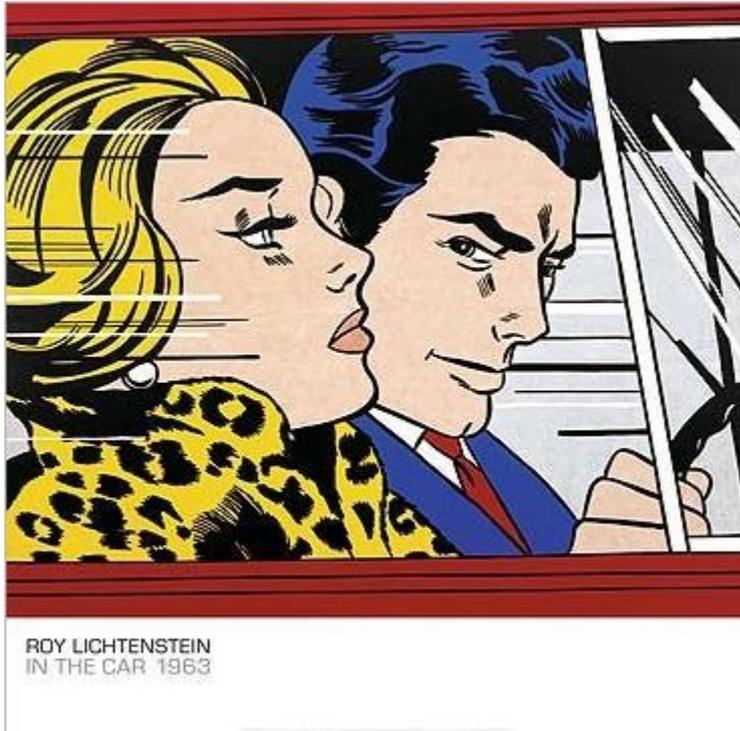
Andy Warhol, *soupe campbell*, 1962, sérigraphie

A rapprocher du mouvement du pop art :



Tom Wesselmann
Nature morte n°30
1969, objets et
peinture.

A rapprocher du mouvement du pop art :



Roy Lichtenstein s'inspire des publicités et des « comics » (bédés américaines).

