

## Georges Roque et Luciano Cheles

### Avant-propos

Ce numéro contient une sélection des communications présentées lors du colloque international *L'image recyclée. Usages de l'appropriation dans les arts figuratifs, de l'allusion au plagiat*, qui a eu lieu à l'École des Hautes Études en Sciences Sociales, à Paris, les 6 et 7 mai 2010, sous notre direction. Ce colloque avait pour objet l'étude de la réutilisation d'images existantes. Le projet en a surgi lors de conversations que nous avons eues car nous nous intéressions déjà tous deux à ce phénomène de recyclage auquel nous avons déjà consacré des travaux. Il s'est donc agi de faire le point sur cette question à partir de ces intérêts croisés.

En ce qui concerne Luciano Cheles, ses études sur l'iconographie du Quattrocento (domaine de recherche de sa thèse) et son intérêt pour l'imagerie politique et publicitaire l'ont conduit à enquêter sur la présence de l'art de la Renaissance dans la culture de masse en Italie. Il s'est penché sur la propagande de partis cléricaux tel que la Démocratie Chrétienne (qui lors des référendums sur le divorce et sur l'avortement utilisa des images inspirées de l'iconographie mariale pour suggérer que la famille et la conception étaient sacrées)<sup>1</sup>, ainsi que sur les catalogues des grands stylistes (les poses des mannequins s'inspirent souvent des chefs-d'œuvre de la Renaissance, comme pour indiquer que la mode italienne n'est que la continuation d'une glorieuse tradition artistique)<sup>2</sup>.

Il s'est également occupé du phénomène des reprises visuelles dans la propagande de la droite néo-fasciste parlementaire, laquelle se prétend modérée, surtout depuis sa dédramatisation par Silvio Berlusconi en 1994. Ses analyses lui ont permis d'identifier la présence systématique de motifs empruntés au répertoire figuratif fasciste, habilement masqués, qui permettent de s'adresser au public avisé des purs et durs pour les rassurer, au sens où le passé n'a pas été trahi, tout en présentant au grand public une image moderne et respectable<sup>3</sup>. Plus récemment, il a étudié le phénomène de l'appropriation par l'extrême-droite de l'imaginaire de la gauche (parlementaire et révolutionnaire)<sup>4</sup>.

L'intérêt pour la question de la transmigration des images d'un contexte historique et culturel à l'autre l'a également conduit à s'intéresser à la fortune figurative de Piero della Francesca, un artiste dont la redécouverte est relativement récente, en Grande Bretagne, en France et aux États-Unis. Cette recherche, qui s'étend du XIX<sup>e</sup> siècle à nos jours et couvre une ample gamme de domaines visuels et de supports (peinture, sculpture, photographie, cinéma, affiche publicitaire, affiche de propagande, illustration érotique...), l'a porté à réfléchir sur plusieurs questions, telles

que le processus de la créativité, l'évolution du goût, les moyens de connaissance des œuvres d'art de la Renaissance italienne dans des contextes géographiques aussi éloignés que le Far West des premières décennies du XX<sup>e</sup> siècle, ainsi que sur la polyvalence des images, qui fait que certaines périodes et cultures privilégient plutôt tels aspects et non d'autres<sup>5</sup>.

Quant à Georges Roque, il avait consacré son premier ouvrage (issu d'une thèse de doctorat) à la postérité de Magritte<sup>6</sup> ; il s'agissait d'interroger les relations entre les toiles du peintre surréaliste belge et les publicités qu'il a réalisées à plusieurs époques de sa vie, puis d'analyser le recyclage de sa peinture par l'imagerie contemporaine (surtout publicitaire). Dans cet ouvrage ancien (1983), il écrivait :

D'une façon plus générale, cette étude s'inscrit dans un champ d'investigation laissé très largement en friche depuis l'œuvre de pionnier accomplie par Aby Warburg et son *Bilderatlas* : celui qui entend suivre le développement et les transformations d'une image au travers des différents « genres » iconiques intéressés. [...] Il en va de même des images : elles aussi se combattent, se répondent l'une l'autre, se remplacent, se transforment, certaines disparaissent pour réapparaître des années ou des siècles plus tard sous d'autres formes. [...] Image publicitaire, image politique, image picturale, du timbre-poste au poster, toutes se développent sans cesse, s'échangent, interfèrent, fusionnent, de toutes les façons imaginables ou inimaginable. Ces modifications qui affectent l'image relèvent de ce que j'appellerai provisoirement et faute de mieux une *transfiguralité*, dont l'objet le plus général est l'étude des transformations de l'image, non seulement dans son « champ » « propre », mais également au travers des transferts dans d'autres champs<sup>7</sup>.

14

Cette description générale d'un vaste champ d'étude reste valable aujourd'hui dans ses grandes lignes. Par la suite, Roque a continué à s'intéresser à ce thème ; il a esquissé un premier inventaire des formes de recyclage de Magritte par la publicité<sup>8</sup>, puis s'est intéressé à un problème qu'il n'avait pas traité dans son livre : l'influence du travail publicitaire de Magritte sur son travail pictural<sup>9</sup>. Par ailleurs, en travaillant sur la parodie, il s'est nécessairement penché sur la question de la transformation d'une œuvre existante<sup>10</sup>, de même qu'il a écrit sur la question du dialogue entre images<sup>11</sup>.

Ces quelques précisions, en guise d'avant-propos, devraient aider à situer plus aisément les origines de ce projet, au travers des intérêts complémentaires des deux chercheurs qui l'ont mené à bien.

## REMERCIEMENTS

Le colloque dont ce volume est issu a été rendu possible grâce à l'appui financier du Centre de Recherches sur les Arts et le langage. Nous tenons à remercier tout particulièrement Jean-Marie Schaeffer, qui en fut le directeur durant huit ans, et qui a bien voulu soutenir ce projet, puis Esteban Buch. Qu'ils acceptent le témoignage de notre gratitude. Ce colloque a été piloté par l'assistante de direction du CRAL, Jamila Meliani, que nous tenons également à remercier. Enfin, nous avons également bénéficié de l'aide du GERCI de Grenoble, ce qui nous a permis de boucler le budget.

Ce sont également nos Centres de recherches respectifs qui ont rendu possible cette publication, en nous aidant à contribuer aux frais de production élevés que la revue *Figures de l'art* ne pouvait assumer seule. Qu'ils trouvent ici l'expression de notre gratitude.

Nous tenons également à remercier tous ceux et celles qui ont grandement facilité la reproduction d'images qui illustrent ce volume en acceptant de renoncer à leurs droits. C'est également le cas de Marcel pour le dessin et de Guillaume de CROP pour la maquette de l'image qui figure en couverture de ce volume.

Enfin, *last but not least*, nous tenons à remercions Bertrand Rougé de nous avoir proposé de publier ce volume dans la revue *Figures de l'art*, qu'il codirige avec Bernard Lafargue, et Brigitte Cupertino pour le soin avec lequel elle s'est occupée de la mise en page des textes.

15

## NOTES

1 - « L'uso delle immagini rinascimentali nell'iconografia del manifesto politico », in Ranieri Varese (dir.), *Lecture di storia dell'arte*, Ancône, Il Lavoro Editoriale, 1988, pp. 39-58.

2 - « Michelangelo riciclato », in Francesca Cappelletti *et al.* (dir.), *Le due muse*, Ancône, Il Lavoro Editoriale, 2012, pp. 99-108.

3 - « Le New Look du néo-fascisme italien : Thèmes, styles et sources de la récente propagande de l'extrême-droite parlementaire », *Mots*, XII, 1986, pp. 29-42 ; « 'Nostalgia dell'Avvenire'. The propaganda of the Italian Far Right between Tradition and Innovation », in Luciano Cheles, Ronnie Ferguson et Michalina Vaughan (dir.), *The Far Right in Western and Eastern Europe*, Londres-New York, Longman, 1995, pp. 41-90 ; et « Back to the Future. The Visual Propaganda of Alleanza Nazionale, 1994-2009 », *Journal of Modern Italian Studies*, X, 2, 2010, pp. 232-311.

4 - « Il '68 nella propaganda figurativa del Movimento Sociale Italiano », in Silvia Casilio et Loredana Guerrieri (dir.), *Il '68 diffuso. Contestazione e linguaggi in*

*movimento*, Bologne, CLUEB, 2009, pp. 153-168 ; « Le immagini vaganti. Migrazioni iconografiche tra destra e sinistra », in Jordi Canal et Maurizio Ridolfi (dir.), *Destra e sinistra. Le trasformazioni delle culture politiche nel XX secolo*, numéro thématique de *Memoria e ricerca*, 41, septembre-décembre 2012, pp. 121-146.

5 - Pour ses publications sur la réception de Piero, voir les notes du chapitre « Les recyclages de Piero della Francesca » dans le présent volume.

6 - Georges Roque, *Ceci n'est pas un Magritte. Essai sur Magritte et la publicité*, Paris, Flammarion, 1983.

7 - G. Roque, *Ceci n'est pas un Magritte, op. cit.*, p. 16.

8 - G. Roque, « Magritte mode d'emploi », *BaT. Bon à tirer* n° 56, juin-août 1983, pp. 40-45.

9 - G. Roque, « Des images qui font penser ou dépenser », in catalogue de l'exposition *Art & Pub*, Paris, Centre Georges Pompidou, 1990, pp. 372-393.

10 - « La parodie au service de l'argumentation », in *Dire la parodie. Colloque de Cerisy*, sous la direction de C. Thomson et A. Pagès, New York, Peter Lang, 1989, pp. 285-309 ; « Entre majeur et mineur : la parodie », dans G. Roque (éd.), *Majeur ou mineur ? Les hiérarchies en art* (éd.), Nîmes, Éditions Jacqueline Chambon, 2000, pp. 174-198.

11 - « Political Rhetoric in Visual Images », dans E. Weigand (éd.), *Dialogue and Rhetoric*, Amsterdam/Philadelphie, John Benjamins Publishing Company, 2008, pp. 185-193.