

YIA

Young
International
Artists

Solo Show LUKE NEWTON
Du 23 au 26 Octobre 2014
Carreau du Temple
Galerie Rabouan Moussion



LUKE NEWTON YIA ART FAIR
Solo Show

GALERIE
RABOUAN MOUSSION



Target Audience Blue, 2014, 37 x 24 x 70 cm

Du 23 au 26 octobre 2014
Carreau du Temple

La Galerie Rabouan Moussion est heureuse de présenter un solo show de Luke Newton à l'occasion du YIA Art Fair au Carreau du Temple.

Jeune artiste britannique diplômé de Saint Martins School, Luke Newton explore les territoires symboliques que sont les mondes virtuels qui investissent nos vies avec les réseaux sociaux. A travers une armure qui intervient comme une protection de la vie privée, l'artiste pose le problème de l'identité affichée, de la personnalité virtuelle qui sert de carapace à la vie vécue. Les logos Facebook et Twitter sont comme des armoiries: quel est votre statut ?

Carreau du Temple
4 Rue Eugène Spuller
75003 Paris

Press Office: 2e BUREAU
Perrine Ibarra: culture2@2e-bureau.com
Martial Hobeniche: m.hobeniche@2e-bureau.com



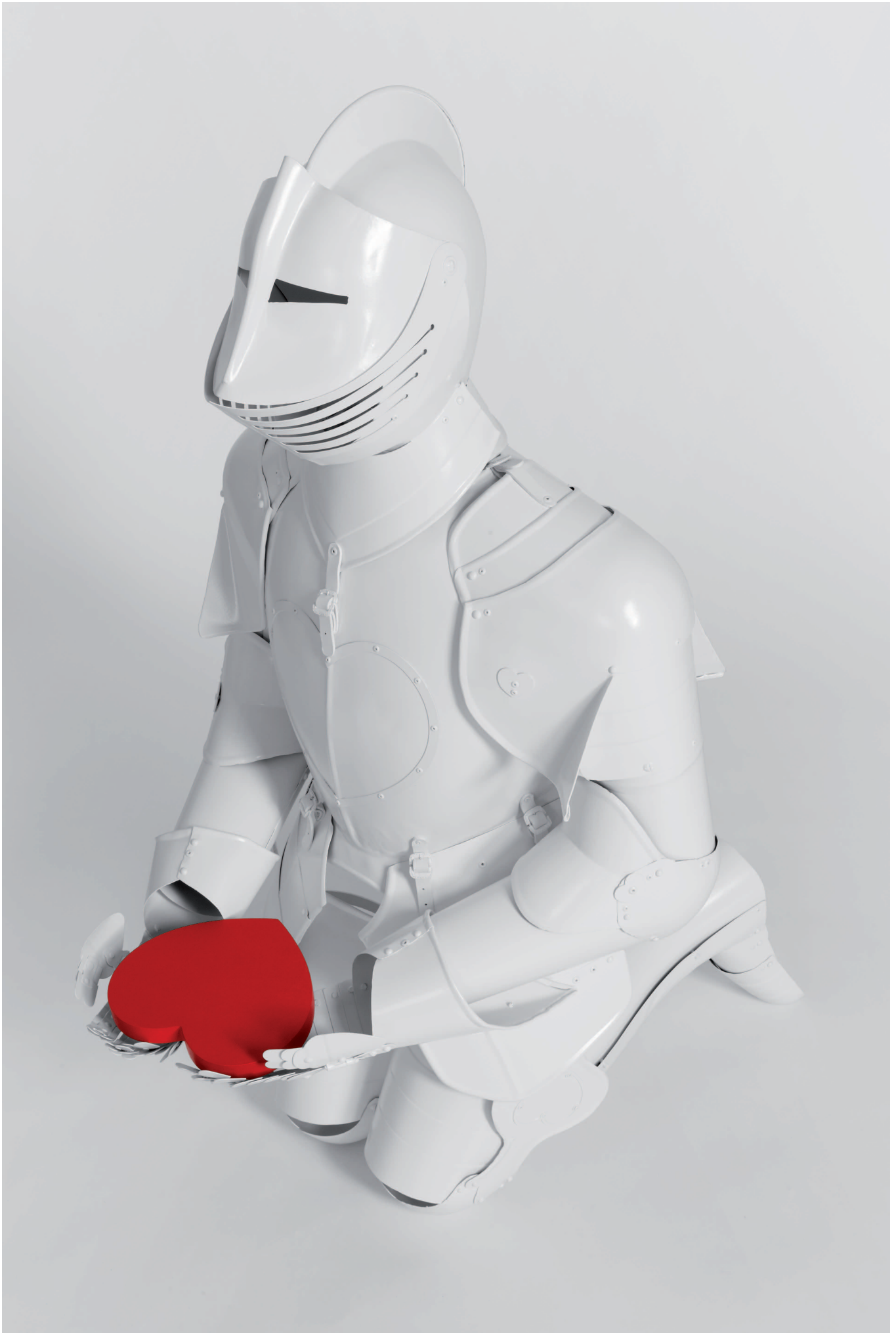
Heart Shield Blue, Green & Red, 2014, 62 x 53 cm chaque

Série « Heart Shield »

Lorsqu'apparaissent les armes dans l'Europe du Moyen-âge, celles-ci ornent avant tout les boucliers des chevaliers. L'écu devient alors un objet d'identification de ceux qui le portent.

Alors que la forme d'un cœur rouge est communément admise comme étant le symbole de l'amour, elle est aujourd'hui reprise par les utilisateurs des réseaux sociaux pour signaler leur approbation – ou pas – de l'image que choisissent de partager publiquement leurs confrères. Apposé à un bouclier, notre cœur rouge virtuel est-il devenu un moyen d'affirmer qui nous sommes, ou un objet de défense face au regard critique des autres ?

Cinq cœurs de couleurs différentes, cinq pièces uniques fabriquées à la main, et pourtant, ces cinq boucliers ne sont-ils pas tous les mêmes ? Une fois encore, Luke Newton joue avec les codes de la société de consommation. Celle-ci se sert de la couleur comme l'offre d'un éventail de choix et un témoignage de notre singularité, pour des produits finalement identiques et qui finissent dans des millions de mains.



Like Me Like You, 2014, 120 x 80 x 80 cm

« Like Me, Like You »

A partir du XII^{ème} siècle en Europe, les équipements de protection du chevalier s'accumulent jusqu'à envelopper entièrement le corps et le visage du combattant désormais impossible à identifier. Se développent alors les armes, sortes d'emblèmes identitaires dont le rôle rappelle celui plus actuel que joue le logo.

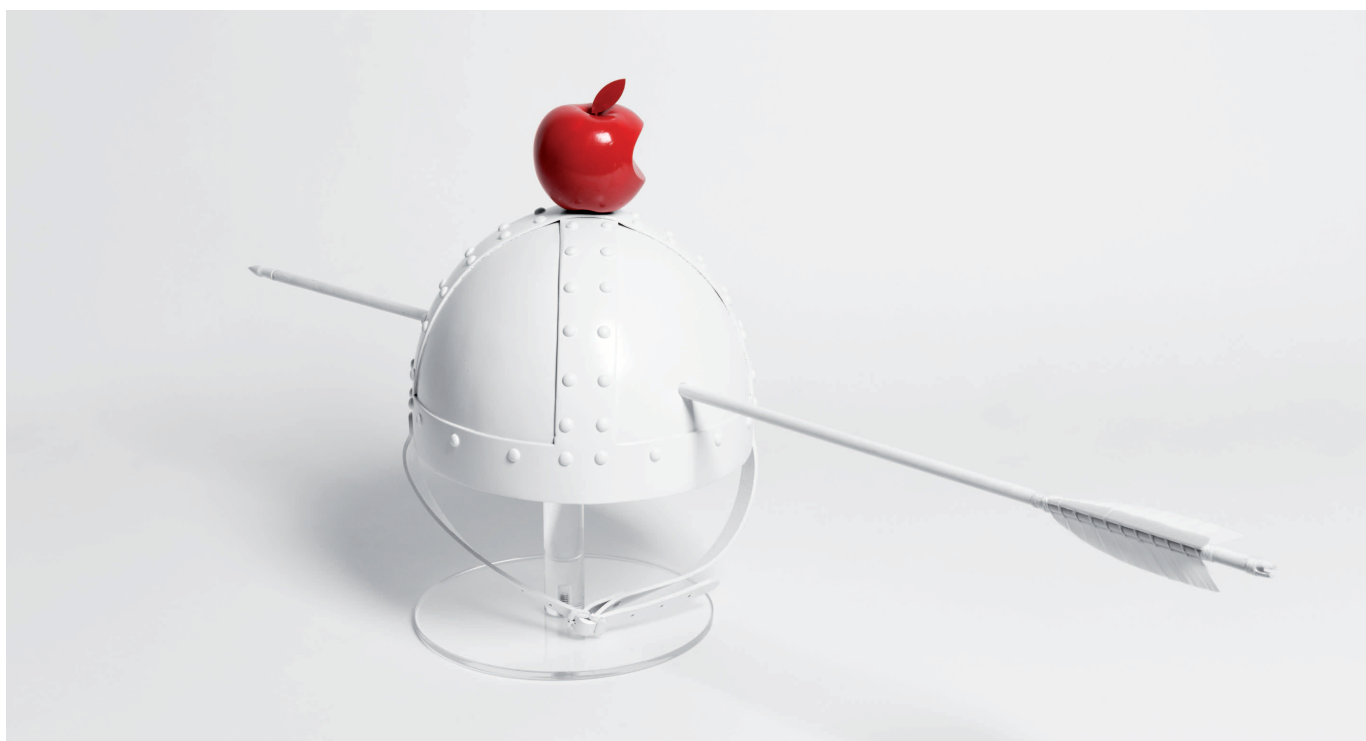
Des cœurs aux formes larges et arrondies ; les « armes » contemporaines de cette armure renvoient à notre réseau social préféré en matière de partage en photos de nos instants de vie... Cachés derrière notre image virtuelle, protégés par la vitre de notre écran, la façade que nous prenons grand soin à construire sur les réseaux sociaux nous ressemble-t-elle réellement ?

Alors qu'il se doit d'être preux, notre chevalier voit ici son image détournée. Les deux genoux posés au sol, soumis et vaincu par la pression sous-jacente exercée par les réseaux sociaux, il vous interroge : lui offrez-vous un « like » ou préférez-vous qu'il vous en donne un ?

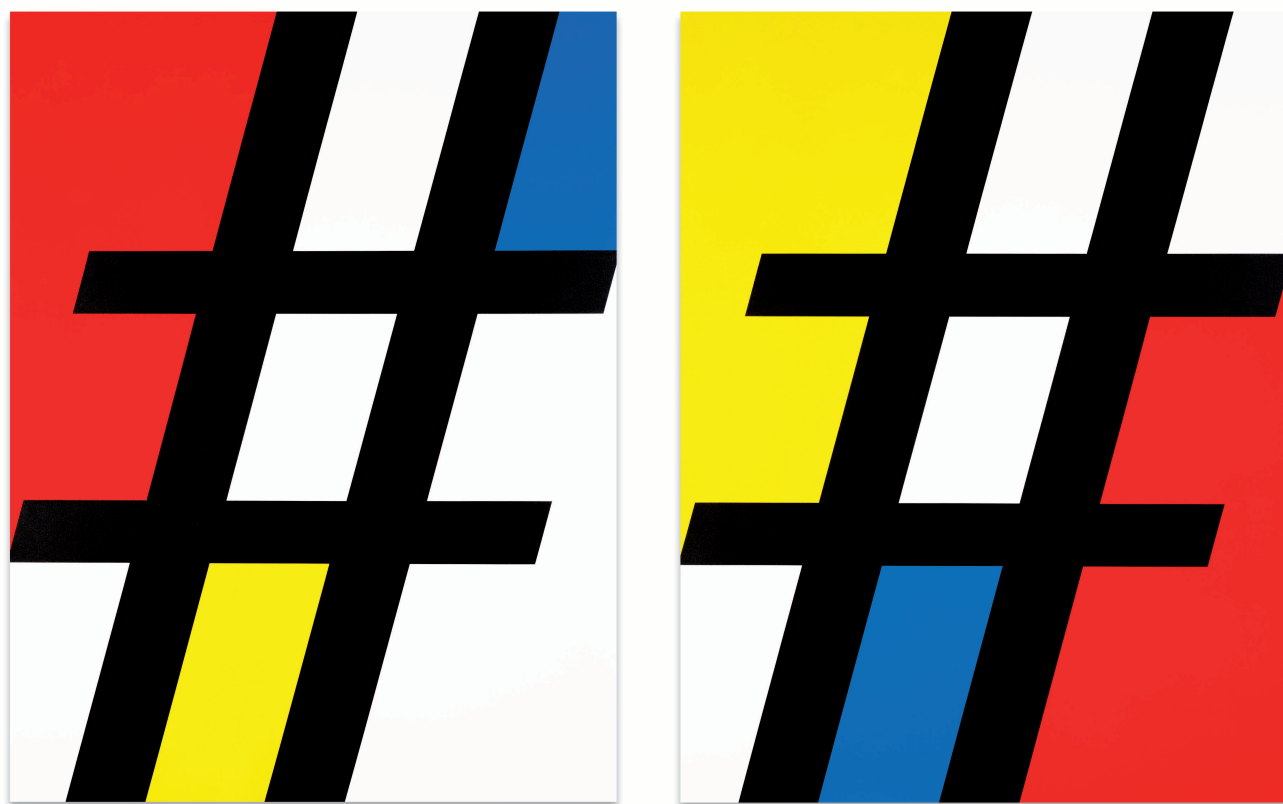
Série « Target Audience »

Notre imaginaire collectif est sans doute marqué par la figure de l'archer au Moyen-âge qui s'entraîne à tirer sa flèche sur une pomme et doit absolument éviter la tête de celui qui la porte.

Ici, la flèche traverse le casque et laisse le fruit intact : qui donc voudrait viser la pomme de la célèbre marque technologique qui constitue notre quotidien ? Aujourd'hui, c'est le fruit qui cible la flèche vers le cerveau de ses consommateurs. Sommes-nous aptes à la réflexion ou soumis à la douleur des idées qui nous traversent l'esprit ?



Target Audience Red, 2014, 37 x 24 x 70 cm



Hashtag Mondrian, 2014, 140 x 108 cm chaque

Série « Hashtag Mondrian »

Luke Newton est diplômé des Beaux-Arts de Saint-Martins à Londres, et, comme tous les étudiants d'écoles d'art, il a étudié et copié les grands maîtres de l'histoire de l'art pour acquérir leur technique avant d'apprendre à mieux la déconstruire. Comme un clin d'œil à ses années d'études, il reprend des œuvres iconiques pour continuer de les faire vivre dans notre société actuelle. Ici, pas de T-shirt ni de tasse aux carrés bleus, jaunes et rouges, mais des hashtags aux formes et aux couleurs de Mondrian.

Le hashtag (ou mot-dièse), est utilisé informatiquement depuis de nombreuses années pour associer un fichier à une idée par exemple, dans le but de mieux l'identifier et le retrouver. A l'ère d'Internet, leur utilisation explose sur les réseaux sociaux où ils servent à la fois de connecteurs d'internautes et d'identification de sujets ou d'objets. Le hashtag en lui-même devient presque plus important que la réalité qu'il symbolise.

Les œuvres « Hashtag Mondrian » sont les premières pièces de la série « Hashtag » en référence à l'histoire de l'art.

Lou Anmella De Montalembert, 2014