



GUIDE PÉDAGOGIQUE
9^e À 12^e ANNÉE

EN SAVOIR PLUS SUR

**LES MÉDIAS
ET LA PUBLICITÉ**

par l'art de

MARGARET WATKINS

ART CANADA INSTITUTE | INSTITUT DE L'ART CANADIEN

TABLE DES MATIÈRES

PAGE 1



APERÇU DU GUIDE

PAGE 2



QUI EST MARGARET WATKINS?

PAGE 3



CHRONOLOGIE DES ÉVÉNEMENTS HISTORIQUES ET DE LA VIE DE L'ARTISTE

PAGE 4



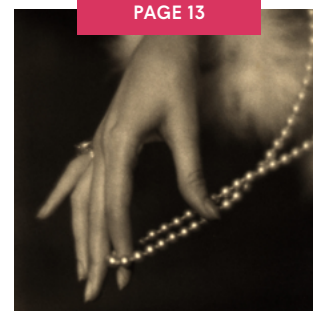
ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE

PAGE 10



EXERCICE SOMMATIF

PAGE 13



L'ART DE MARGARET WATKINS : STYLE ET TECHNIQUE

PAGE 14



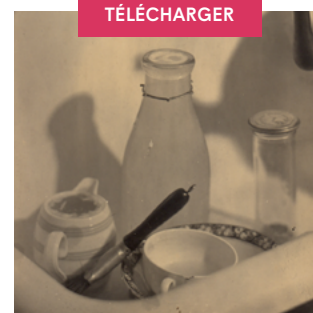
RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

LIRE EN LIGNE



MARGARET WATKINS : SA VIE ET SON ŒUVRE PAR MARY O'CONNOR

TÉLÉCHARGER



BANQUE D'IMAGES DE MARGARET WATKINS

APERÇU DU GUIDE

Ce guide de ressources pédagogiques a été conçu en complément du livre d'art en ligne [Margaret Watkins : sa vie et son œuvre](#), écrit par Mary O'Connor et publié par l'Institut de l'art canadien. Les œuvres qui y sont reproduites et les images requises pour les activités d'apprentissage et l'exercice sommatif sont rassemblées dans la [banque d'images](#) de Margaret Watkins fournie avec ce guide.

Margaret Watkins (1884-1969) est l'une des plus grandes photographes publicitaires de l'histoire de la photographie canadienne. Pionnière dans le domaine, son parcours la conduit de sa ville natale de Hamilton, en Ontario, jusqu'à New York, où elle perfectionne l'art publicitaire par des images d'une grande créativité, qui rendent compte de l'apparence et de l'atmosphère du monde moderne. Les activités de ce guide, arrimées aux natures mortes, portraits et photographies de produits les plus connus de Watkins, amènent les élèves à comprendre comment l'esthétique et le sujet des images importent dans les publicités visuelles pour communiquer, influencer le public et susciter son intérêt. Les apprentissages culminent avec la création, par les élèves, de leur propre publicité, inspirée par la beauté fonctionnelle et saisissante des œuvres de Watkins.

Liens avec le curriculum

- 9^e à 12^e année : arts médiatiques
- 9^e à 12^e année : arts visuels
- 9^e à 12^e année : études médiatiques
- 9^e à 12^e année : photographie

Thèmes

- Éducation aux médias
- Femmes et photographie
- Graphisme
- Photographie
- Publicité



Fig. 1. Margaret Watkins, *Untitled [Still Life with Mirrors and Windows, NYC]* (Sans titre [Nature morte avec miroirs et fenêtres, New York]), 1927. Dans une œuvre comme celle-ci, Watkins expérimente avec les angles et la géométrie.

Activités pédagogiques

Les activités proposées dans ce guide explorent le thème des médias et de la publicité tel qu'il est représenté dans l'art de Margaret Watkins.

- Activité d'apprentissage n° 1 | Exalter le quotidien ([page 4](#))
- Activité d'apprentissage n° 2 | L'art de l'imagerie publicitaire ([page 7](#))
- Exercice sommatif | La figure humaine dans la publicité ([page 10](#))

Remarque sur l'utilisation de ce guide

Les activités d'apprentissage présentées dans ce guide incitent les élèves à examiner une variété de médias ainsi que de publicités imprimées et numériques. Il est donc important d'exiger des élèves de vérifier les informations tirées de leurs recherches en ligne et de réfléchir au public visé lors de l'examen des images trouvées. Ils et elles doivent faire preuve d'esprit critique et discerner tout préjugé dans les images. En préparant les activités d'apprentissage, les enseignant-es devraient tenir compte de la diversité de la représentation dans la publicité de même que veiller à ce que les élèves ne soient pas exposés à des images ou à des contenus inappropriés pour leur âge et leur stade de développement. Enfin, il peut être utile de savoir que certaines images du livre d'art en ligne *Margaret Watkins : sa vie et son œuvre* portent sur le nu photographique.

QUI EST MARGARET WATKINS?



Fig. 2. Portrait de Margaret Watkins par Alice Boughton, v.1919.

Margaret Watkins naît à Hamilton, en Ontario, en 1884, de parents d'origines écossaise et irlandaise, propriétaires d'un grand magasin à rayons, qui ont su lui inculquer, dès son plus jeune âge, une passion pour les arts. Enfant, Watkins pratique le piano quatre heures par jour et elle publie de la poésie dans le journal local. En 1908, en quête d'indépendance, elle quitte le foyer familial et s'installe aux États-Unis pour y faire carrière. Elle découvre rapidement son talent pour la photographie et, en 1914, elle s'inscrit à un cours de six semaines à la Seguinland School of Photography fondée par Clarence H. White dans le Maine.

Watkins s'installe à New York en 1915, et sa carrière fait un pas de géant. En parallèle à son travail au studio de la photographe Alice Boughton, son style personnel commence à émerger entre les murs de son appartement de Greenwich Village. Ses

photographies intimes d'objets du quotidien, telles que *The Kitchen Sink (L'évier)* et *Still Life – Shower Hose (Nature morte – tuyau de douche)*, toutes deux de 1919, allaient bientôt susciter des publications et des expositions, en même temps que lui valoir des prix. En 1921, elle fait l'objet d'un article pleine page dans *Vanity Fair* qui compare son œuvre à celle de Pablo Picasso pour son approche moderniste de la composition. Pendant ce temps, elle s'immerge dans le monde social de l'art, développe des relations, tout en perfectionnant ses talents de portraitiste sur des sujets tels que le compositeur Sergueï Rachmaninov et le peintre Kenneth Hayes Miller.

L'ascension de Watkins dans le monde de l'art survient au moment où l'illustration publicitaire passe du dessin à la photographie. En 1923, son exposition solo au Art Center de New York lui permet de rencontrer la direction artistique d'agences de publicité séduites par ses photographies abstraites et distinguées d'objets du quotidien qu'elles considèrent parfaitement adaptées au nouveau domaine de la publicité imprimée. Watkins travaille pour des clients commerciaux tels que Macy's ainsi que J. W. Thompson et, entre 1920 et 1925, ses œuvres primées sont présentées dans vingt et une expositions collectives à New York, en Colombie-Britannique, en Californie, au Japon et à Java.

En 1928, Watkins part pour des vacances européennes qui devaient durer trois mois, mais qui se transforment en une nouvelle étape de sa vie, alors qu'elle est dans l'obligation de devenir la proche aidante de trois tantes âgées à Glasgow. Malgré ses responsabilités, elle s'inspire pendant un certain temps du paysage industriel de Glasgow et expérimente la photographie urbaine. Au milieu des années 1930, elle n'est plus en mesure d'acheter du matériel photographique, et sa santé décline en raison de pneumonies récurrentes. Elle est également isolée du réseau d'artistes et d'institutions qui pouvaient promouvoir et faire circuler son travail. Elle meurt à Glasgow en 1969, à l'âge de 85 ans.

Grâce à sa façon avant-gardiste d'immortaliser la vie quotidienne, Watkins est aujourd'hui reconnue comme une photographe moderniste révolutionnaire et une pionnière de la photographie publicitaire.



Fig. 3. « Photography Comes into the Kitchen », *Vanity Fair*, vol. 17, n° 2 (octobre 1921), p. 60. Cet article, paru dans un magazine très populaire dans les années 1920, constitue un temps fort dans la carrière de Watkins en termes de visibilité publique.



Fig. 4. Margaret Watkins, *Ellipse & triangle*, 1924-1928. Cette œuvre, une étude de verrerie pour une publicité du grand magasin Macy's, démontre l'usage des motifs géométriques par Watkins dans un contexte commercial.



Fig. 5. Margaret Watkins, *Still-Life – Shower Hose (Nature morte – tuyau de douche)*, 1919. Ici, Watkins élabore une composition en spirale hypnotique à partir d'un simple tuyau de douche.

ÉVÉNEMENTS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX



Fig. 6. Joseph Nicéphore Niépce, *Point de vue du Gras*, 1827. Produite avec le procédé de l'héliographie, cette vue est considérée comme la première image photographique permanente.



Fig. 7. Eastman Kodak Company, « Take a Kodak with you [Prenez un Kodak avec vous] », date inconnue. Ce type de publicité illustrée était très populaire avant les années 1920.



Fig. 8. Ethel M'Clellan Plummer, Couverture de *Vanity Fair*, juin 1914. De 1913 à 1936, ce magazine publie de la littérature et des critiques d'art.

L'inventeur français Joseph Nicéphore Niépce réalise la première image photographique permanente.

1826

Margaret Watkins naît à Hamilton, en Ontario.

1884

La société Eastman Kodak commercialise l'appareil photo Kodak (inventé par George Eastman), le premier appareil portatif.

1888

Watkins suit un cours de photographie de six semaines dans le Maine, une étape importante dans son développement en tant que photographe.

1913

Création de *Vanity Fair*, un magazine artistique qui influence les tendances tout au long des années 1920.

1914

La Première Guerre mondiale éclate en Europe.

1915

Après un déménagement à New York, Watkins est engagée par la célèbre photographe Alice Boughton à titre d'assistante dans son studio de portrait.

1918

La plupart des femmes obtiennent le droit de vote au Canada; les États-Unis emboîtent le pas en 1920.

1921

Le travail de Watkins fait l'objet d'un article pleine page dans le populaire magazine *Vanity Fair*.

Agnes Macphail, politicienne originaire de l'Ontario, est la première femme élue à la Chambre des communes du Canada.

1923

Une exposition solo au Art Center de New York contribue à l'ascension rapide de Watkins dont les œuvres sont très en demande auprès d'agences de publicité.

1928

La Grande Dépression fait dérailler l'économie mondiale pendant une décennie.

Watkins s'installe à Glasgow où elle expérimente la photographie urbaine.

1929

La première pellicule couleur transparente, le Kodachrome, est élaborée et utilisée principalement pour la photographie commerciale.

1935

1969

Toujours à Glasgow, Watkins meurt à l'âge de 85 ans.

VIE DE MARGARET WATKINS



Fig. 9. Photographie d'une personne non identifiée (à gauche) et de Meta G. Watkins (Margaret Watkins, à droite), date inconnue, photographie d'E. H. Price.

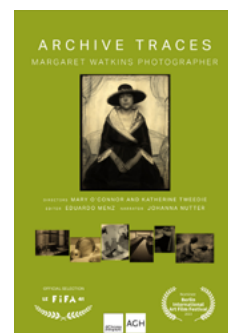


Fig. 10. Affiche du film *Archive Traces: Margaret Watkins Photographer*, conçue par Sarah Dinnick, film réalisé par Mary O'Connor et Katherine Tweedie, 2022.



Fig. 11. Margaret Watkins, *Untitled [Construction, Glasgow]* (Sans titre [Construction, Glasgow]), 1928-1938. Watkins se sert des poutres et des tours de bâtiments industriels de Glasgow comme motifs dans ses photographies.

ACTIVITÉ D'APPRENTISSAGE N° 1

EXALTER LE QUOTIDIEN

L'une des contributions les plus importantes de Margaret Watkins à l'histoire de la photographie au Canada est son habileté à transformer des scènes de son environnement quotidien – évier de cuisine, objets ménagers, intérieurs domestiques – en images étonnamment esthétiques. Watkins transforme ainsi le genre de la **nature morte** en un langage photographique original, bien adapté au monde moderne et à l'essor de la publicité dans les premières décennies du vingtième siècle. Dans cette activité, les élèves examineront comment, grâce à des éléments formels tels que le motif, la valeur des tons et la composition, les choses les plus simples prennent une nouvelle signification et peuvent influencer la façon dont les gens considèrent les produits utilisés dans leur vie quotidienne.

Idée phare

Observation intentionnelle

Objectifs d'apprentissage

1. Je fais preuve d'esprit critique et je mets à profit mes compétences créatives pour analyser une œuvre d'art et faire des observations pertinentes sur ce qui est représenté.
2. J'utilise une terminologie appropriée lorsque je discute d'art.
3. J'analyse une œuvre d'art dans le but de questionner et de mieux comprendre le monde qui m'entoure.
4. J'explique comment les publicités visent un but et un public précis.
5. J'explique les messages explicites et implicites tirés des œuvres visuelles.
6. Je discerne les forces et les faiblesses des images qui permettent de déterminer si elles atteignent ou non l'objectif visé.

Matériel

- [Banque d'images](#) de Margaret Watkins
- Carnets de croquis
- Crayons et gommes à effacer
- [Fiche biographique](#) « Qui est Margaret Watkins? »
- [Margaret Watkins : sa vie et son œuvre](#) de Mary O'Connor

Marche à suivre

1. Présentez Margaret Watkins aux élèves à l'aide de sa fiche biographique.
2. Montrez aux élèves les œuvres suivantes de Margaret Watkins :
 - *The Kitchen Sink (L'évier)*, 1919
 - *Domestic Symphony (Symphonie domestique)*, 1919
 - *Design - Angles (Angles – design)*, 1919



Fig. 12. Margaret Watkins, *The Kitchen Sink (L'évier)*, 1919. L'une des œuvres les plus célèbres de Watkins, cette photo de son propre évier de cuisine est conçue autour d'une bouteille de lait et de vaisselle ébréchée.

Activité d'apprentissage n° 1 (la suite)

3. En regardant les œuvres, animez une discussion à l'aide des questions suivantes :

- Que voyez-vous?
- Y a-t-il un point focal dans cette photographie? Comment identifiez-vous ce point?
- Comment Margaret Watkins utilise-t-elle les éléments de l'art que sont la ligne, l'espace et la forme pour susciter l'intérêt envers ces images?
- Quel rôle jouent les lumières et les ombres dans ces photographies? Décrivez ce que vous voyez.
- Selon vous, quel message l'artiste cherche-t-elle à transmettre par ces photographies?
- Ces photographies correspondent-elles à l'idée que vous vous faites de l'art ou de la publicité? Expliquez les raisons qui motivent votre réponse.

4. Désignez une personne de la classe pour lire à voix haute le passage suivant sur l'œuvre [L'évier](#), extrait du chapitre des « Œuvres phares » du livre de Mary O'Connor, *Margaret Watkins : sa vie et son œuvre* :

En réponse à un critique qui se plaignait que la photographie souffrait de « contenir trop d'objets d'intérêt égal », l'artiste rétorque : « Manifestement, ce pauvre cancre ne connaît rien à l'art moderne – abstractions, rythme des motifs, etc. Les "objets" ne sont pas censés avoir un intérêt en soi – ils contribuent simplement à la conception ». Watkins soutient ici que L'évier est une pure abstraction. Pourtant, c'est précisément dans la combinaison choquante de la « forme essentielle » et de la réalité matérielle que se trouve son talent.

- Demandez aux élèves de réfléchir à la question suivante : en quoi cette citation de Watkins change-t-elle votre perspective ou votre réaction initiale face aux œuvres projetées en classe?

5. En petits groupes ou individuellement, demandez aux élèves de lire les textes complets des œuvres phares intitulées [L'évier](#) et [Symphonie domestique](#), toutes deux de 1919.

6. Une fois la lecture terminée, invitez les élèves à se regrouper en équipes de deux ou trois personnes. Demandez à chaque équipe de reprendre les questions de l'étape 2 et, dans une discussion plus approfondie, de comparer leurs premières idées et réactions face à ces photographies.



Fig. 13. Margaret Watkins, *Domestic Symphony* (*Symphonie domestique*), 1919. Cette image est très contrastée, avec ses motifs d'œufs tout en courbes et un évier présentant une grande zone d'ombre.



Fig. 14. Margaret Watkins, *Design – Angles* (*Angles – design*), 1919. Cette photographie figure dans l'article de *Vanity Fair* consacré à Watkins en 1921.

Activité d'apprentissage n° 1 (la suite)

7. Ensuite, en vous appuyant sur la fiche biographique, présentez aux élèves le travail de Watkins dans le domaine de la publicité, en mettant l'accent sur son utilisation de la photographie. Orientez la discussion à l'aide des questions suivantes :

- Comment l'idée d'exalter les objets du quotidien correspond-elle à des concepts fondamentaux des domaines de la publicité et de la mise en marché de produits?
- Le ton, l'émotion et les liens personnels importent beaucoup dans la sélection d'images publicitaires. Quelles émotions ou quels sentiments sont suscités par des œuvres telles que *L'évier*? Quel type de public ces images sont-elles le plus susceptibles d'attirer ou à quel type de produits ces images feraient-elles la meilleure publicité?
- À quel point les émotions et les liens personnels influencent-ils notre perception et notre sélection des produits que nous achetons? Donnez quelques exemples tirés de votre propre expérience.

8. Si le temps le permet, demandez aux élèves de développer leurs réponses en partageant leurs perspectives avec les autres par l'entremise d'une vaste discussion de groupe centrée sur les éléments de l'art perceptibles dans les photographies de Watkins, sur son choix de sujet pour ses images et sur les usages de celles-ci dans des contextes publicitaires. Les questions suivantes peuvent guider la discussion : quelles sont les nouvelles connaissances acquises par la lecture des extraits du livre sur Watkins? Comment l'usage que Watkins fait des objets du quotidien peut-il nous permettre de mieux apprécier et comprendre les images qui nous entourent?



Fig. 15. Margaret Watkins, *Still Life – Circles* (Nature morte – cercles), 1919. À partir de plats de cuisine ordinaires, Watkins crée une composition de cercles qui ressemble à une œuvre abstraite.

ACTIVITÉ D'APPRENTISSAGE N° 2

L'ART DE L'IMAGERIE PUBLICITAIRE

Margaret Watkins joue un rôle déterminant dans le développement d'un langage photographique propre à la publicité, en produisant des œuvres pour des magazines tels que *The Economist* et *Vogue* qui présentent des objets de la vie quotidienne – miroirs, vernis à ongles, savon et serviettes hygiéniques. Dans son art et ses écrits, Watkins affirme qu'un visuel attrayant est nécessaire pour vendre un produit. Dans cette activité, les élèves appliqueront leurs connaissances de la photographie de produits à la production d'images publicitaires. Ils et elles étudieront une publicité créée par Watkins pour mesurer combien la composition génère une réponse émotionnelle en même temps qu'une publicité efficace. Les élèves seront aussi invité·es à comparer les photographies de Watkins avec des publicités d'aujourd'hui, en identifiant les similitudes et les différences entre les différentes époques.

Idée phare

Photographie de produits

Objectifs d'apprentissage

1. Je fais preuve d'esprit critique et je mets à profit mes compétences créatives pour analyser une œuvre d'art.
2. Je travaille en collaboration avec mes pairs.
3. J'interprète des textes médiatiques et explique comment une œuvre est créée pour atteindre un objectif et cibler un public.
4. Je réalise une publicité pour un objet du quotidien en m'inspirant de l'œuvre de Margaret Watkins.
5. Je travaille avec la photographie numérique, les éléments de l'art et les principes du design pour donner un sens à ma production artistique.

Matériel

- Appareil photo numérique (accompagné d'un procédé de partage et d'impression d'images)
- Appareil de projection ou d'affichage d'images
- [Banque d'images](#) de Margaret Watkins
- [Fiche biographique](#) « Qui est Margaret Watkins? »
- [Margaret Watkins : sa vie et son œuvre](#) de Mary O'Connor

Marche à suivre

1. Montrez les images suivantes aux élèves pour leur permettre de se familiariser avec l'œuvre de Watkins liée à la photographie de produits :
 - *Study for an advertisement [Woodbury's Soap] (Étude pour une publicité [Savon Woodbury]), 1924*
 - *Untitled [Perfume atomizer advertisement] (Sans titre [publicité pour un atomiseur de parfum]), 1924-1928*
 - *Untitled [Lamp, study for Macy's advertisement] (Sans titre [Lampe, étude pour la publicité de Macy's]), 1925-1927*
 - *Untitled [Johnson & Johnson Modess sanitary napkin ad] (Sans titre [publicité pour les serviettes hygiéniques Modess de Johnson et Johnson]), 1924-1928*



Fig. 16. Publicité pour le savon Woodbury « The first time you use it — your skin will feel the difference [Dès la première utilisation, votre peau sentira la différence] », publiée dans le *New York Times*, 13 avril 1924. Cette publicité comporte une photo de Watkins qui rend le savon attirant visuellement en mettant l'accent sur des formes contrastantes.

Activité d'apprentissage n° 2 (la suite)

Animez une discussion à l'aide des questions suivantes :

- Quels sont les objets exposés dans l'image?
- Comment l'objet principal est-il disposé?
- Comment le produit est-il présenté?
- Comment la scène est-elle construite pour attirer l'attention et le regard?
- Où posez-vous le regard en premier et pourquoi?
- Quel message émotionnel est véhiculé par la mise en scène?
- Selon vous, cette publicité est-elle efficace?

2. Invitez l'ensemble de la classe à lire le texte complet de l'œuvre phare intitulée *Étude pour une publicité [Savon Woodbury]*, 1924. Demandez ensuite aux élèves en quoi la lecture de cet extrait génère-t-elle des connaissances ou des perceptions nouvelles?

3. Par la suite, demandez aux élèves de choisir, à la maison, un (ou des) objet(s) de la vie quotidienne à partir duquel (desquels) ils ou elles devront créer une campagne publicitaire imprimée pour un magazine. Expliquez-leur qu'ils et elles devront imaginer avoir été engagé-es par une compagnie qui fabrique l'objet choisi. Informez-les que la photographie publicitaire créée sera publiée dans plusieurs magazines différents et assurez-vous que les élèves comprennent que, dans le cadre de cette campagne particulière, leur publicité imprimée ne peut pas représenter d'individus. Demandez-leur d'élaborer un plan pour la conception de leur publicité en répondant aux questions suivantes :

- Comment pourriez-vous vous inspirer de l'approche de Watkins pour photographier des objets du quotidien?
- Comment rendre un objet du quotidien convaincant, séduisant et attirant?
- Comment utiliser les éléments de l'art pour susciter de l'intérêt envers votre photographie?
- Quelles techniques pouvez-vous employer pour captiver le public et lui donner envie d'acheter le produit représenté sur l'image?



Fig. 17. Margaret Watkins, *Study for an advertisement [Woodbury's Soap]* (*Étude pour une publicité [Savon Woodbury]*), 1924. Créée pour une publicité, cette photographie s'apparente néanmoins aux natures mortes domestiques de Watkins.



Fig. 18. Margaret Watkins, *Untitled [Perfume atomizer advertisement]* (*Sans titre [publicité pour un atomiseur de parfum]*), 1924-1928. La structure circulaire de cette image s'harmonise avec la forme décalée de son sujet, le flacon de parfum.



Fig. 19. Margaret Watkins, *Untitled [Lamp, study for Macy's advertisement]* (*Sans titre [Lampe, étude pour la publicité de Macy's]*), 1925-1927. Les rayons de lumière qui traversent l'image glissent sur les plis verticaux de l'abat-jour.



Fig. 20. Margaret Watkins, *Untitled [Johnson & Johnson Modess sanitary napkin ad]* (*Sans titre [publicité pour les serviettes hygiéniques Modess de Johnson et Johnson]*), 1924-1928. Ici, Watkins parvient à séduire en ne photographiant que la boîte du produit, comme c'était habituel pour les publicités de serviettes hygiéniques à l'époque.

Activité d'apprentissage n° 2 (la suite)

4. Accordez aux élèves le temps et l'espace nécessaires pour composer leur scène et prendre des photos.
5. Pour conclure l'activité, organisez une exposition des photographies publicitaires et invitez les élèves à la parcourir. Demandez-leur de faire une critique éclairée des travaux de leurs pairs. Incitez-les à cerner les forces et les faiblesses de chaque photographie. Demandez-leur ensuite de partager la vision qu'ils et elles ont développée pour leur campagne publicitaire, tout en précisant le public auquel elle s'adresse et l'objectif particulier visé par leur photographie (des détails peuvent être donnés sur la composition, les conventions, les techniques ainsi que le recours aux éléments de l'art et aux principes du design).



Fig. 21. Margaret Watkins, *Untitled [Study for advertisement for Cutex nail polish] (Sans titre [Étude pour une publicité pour le vernis à ongles Cutex])*, 1924. Cette publicité pour un traitement des ongles ne présente pas du tout le produit, mais dirige subtilement le regard vers les mains du sujet.



Fig. 22. Publicité de Cutex « The Well Groomed Woman's Manicure [La manucure de la femme soignée] », dans *Ladies' Home Journal*, vol. 42, n° 2 (février 1925), p. 37. Cette publicité présentant la photo recadrée de Watkins a été publiée dans un magazine féminin populaire.

EXERCICE SOMMATIF

LA FIGURE HUMAINE DANS LA PUBLICITÉ

Au sommet de sa carrière, Margaret Watkins est sollicitée pour d'importantes commandes de portraits et, pour se faire connaître en tant qu'artiste professionnelle, elle se représente dans un autoportrait saisissant. Comme elle le fait dans son travail publicitaire, lorsqu'elle réalise des portraits, Watkins cherche à esthétiser le quotidien en mettant en valeur la vie et la personnalité de ses modèles. Pour cet exercice sommatif, après avoir analysé les portraits de Watkins et réfléchi à l'impact émotionnel de l'utilisation de la figure humaine dans la publicité, les élèves devront composer leurs propres photographies promotionnelles en se servant de leur camarades de classe en guise de modèles pour susciter une émotion envers leur produit et assurer sa mise en contexte.

Idée phare

Les individus dans la publicité

Objectifs d'apprentissage

1. Je fais preuve d'esprit critique et je mets à profit mes compétences créatives pour analyser une œuvre d'art.
2. J'utilise les éléments de l'art et les principes du design pour transmettre un message.
3. Je sais expliquer mes choix artistiques et le symbolisme de mon œuvre.
4. J'utilise une terminologie appropriée lorsque je discute d'art.
5. Je commente mon travail et celui de mes pairs en utilisant la terminologie propre aux arts visuels.
6. J'interprète des textes médiatiques et explique comment une œuvre est créée pour atteindre un objectif et cibler un public.

Critères de réussite

À ajouter, réduire ou modifier, en collaboration avec les élèves.

1. Le travail écrit est clair, soigné et corrigé.
2. Composition : l'élève démontre une bonne compréhension des techniques permettant d'exprimer l'émotion par le portrait.
3. Matériel/outils (crayon, pastels, collage, etc.) : l'œuvre est créée avec soin. L'élève prend son temps et choisit la meilleure version de son travail pour évaluation.
4. La démarche artistique et la documentation du processus créatif démontrent les décisions prises en référence aux choix personnels de conception et aux compétences photographiques acquises en classe.

Matériel

- [Banque d'images](#) de Margaret Watkins
- Carnet de croquis et/ou toile et papier
- [Fiche biographique](#) « Qui est Margaret Watkins ? »
- [Margaret Watkins : sa vie et son œuvre](#) de Mary O'Connor
- Appareils photo numériques ou argentiques

Marche à suivre

1. Commencez par animer une discussion en classe à l'aide des questions suivantes :
 - Qu'est-ce qu'un portrait?
 - Qu'est-ce qu'un autoportrait?
 - Pourquoi les portraits existent-ils?
 - Quels types de portraits avons-nous déjà vus?
 En avez-vous des exemples chez vous?



Fig. 23. Margaret Watkins, *Untitled [Self-Portrait]* (Sans titre [Autoportrait]), 1931. Dans cet autoportrait pris à Paris, Watkins est à peine visible dans le reflet d'une lumière de voiture.

Exercice sommatif (la suite)

2. Présentez à la classe l'œuvre *Self-Portrait (Autoportrait)*, 1923, de Margaret Watkins et poursuivez la discussion à l'aide des questions suivantes :

- Qu'est-ce qui vous interpelle dans cette œuvre? Y a-t-il un élément particulier dans ce portrait qui attire davantage votre attention? Si oui, pour quelle raison?
- Selon vous, comment l'artiste devait-elle se sentir lorsqu'elle a réalisé cet autoportrait? Sur quoi vous basez-vous pour dire cela?
- Qu'est-ce que l'artiste a choisi d'inclure dans l'image? Quel impact ces choix ont-ils sur le sujet de l'image? Sur quoi vous basez-vous pour dire cela?
- Les proportions sont-elles exactes ou exagérées dans cette œuvre? Sur quoi vous basez-vous pour dire cela?
- Observez la pose et l'expression du visage du sujet : ces détails peuvent-ils vous donner une idée de son caractère?
- Que vous apprend la posture du sujet?
- Selon vous, quel message transmet cet autoportrait? Sur quoi vous basez-vous pour dire cela?



Fig. 24. Margaret Watkins, *Self-Portrait (Autoportrait)*, 1923. Watkins a présenté cette image à un journal en accompagnement d'un article consacré à son art.

3. Montrez ensuite aux élèves les portraits suivants composés par Watkins :

- *Verna Skelton*, 1923
- *Portrait of Ezra Winter (Portrait d'Ezra Winter)*, 1924
- *Katherine at Home (Katherine chez elle)*, v.1925

Demandez aux élèves de comparer l'*Autoportrait* de Watkins avec les portraits des individus appartenant à son cercle social en soulignant les différences entre les images. Vous pouvez guider la discussion en vous servant des mêmes questions qu'à l'étape 2.



Fig. 25. Margaret Watkins, *Verna Skelton*, 1923. Ce portrait met en scène une amie que Watkins a rencontrée quand elle vivait à New York.

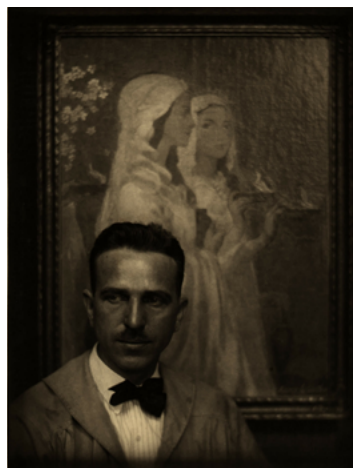


Fig. 26. Margaret Watkins, *Portrait of Ezra Winter (Portrait d'Ezra Winter)*, 1924. Watkins a pris cette photo du muraliste et peintre américain devant l'une de ses œuvres.



Fig. 27. Margaret Watkins, *Katherine at Home (Katherine chez elle)*, v.1925. Le sujet de cette image est Katherine Dreier, une suffragette, peintre et mécène new-yorkaise.

Exercice sommatif (la suite)

4. Invitez l'ensemble de la classe à discuter du rôle du portrait dans l'art publicitaire. Demandez aux élèves de s'appuyer sur les notions vues lors des activités précédentes – le cadrage des produits et la résonance émotionnelle – pour exprimer pourquoi, selon eux et elles, la figure humaine et les représentations d'individus peuvent être puissantes en publicité.

5. Demandez aux élèves de trouver des publicités imprimées ou numériques qui misent sur les figures humaines et les portraits. Donnez-leur suffisamment de temps de recherche et d'analyse des œuvres avant de reprendre la discussion en classe à l'aide des questions suivantes :

- Comment le sujet humain et sa mise en scène sont-ils exploités pour transmettre une émotion dans la publicité que vous avez choisie?
- Comment le sujet humain est-il disposé dans la publicité et quelle est sa relation avec le produit (disposé à côté du produit, observant ou admirant le produit, ou encore faisant usage du produit)?
- Comment l'inclusion de la figure humaine ou du portrait dans l'image aide-t-elle à vendre le produit, son utilisation, ses avantages et l'émotion qu'il suscite, par le biais de la publicité?

6. Après l'analyse et les discussions en groupe, les élèves devront concevoir leur propre projet de publicité photographique, qui devra viser à transmettre une émotion ou une réaction précise en rapport à un produit commercial choisi. Ce travail devra intégrer les connaissances sur la photographie de produits acquises lors des activités précédentes, ainsi que les apprentissages récents sur l'étude de la figure humaine dans les portraits de Watkins.

Les élèves devront choisir un produit et une personne à photographier, ainsi qu'une émotion précise qu'ils et elles souhaitent transmettre par le biais de leur publicité. Demandez-leur de réaliser une série de croquis qui montrent la composition envisagée et qui expliquent comment la disposition du modèle et du produit dans l'image permettra de transmettre l'émotion choisie (par exemple : la joie, le courage, le pouvoir, etc.).

7. En équipe de deux, les élèves joueront tour à tour les rôles de photographe et de modèle. Demandez à chaque élève de mettre en scène son ou sa partenaire ainsi que le produit choisi en suivant la composition prévue à l'étape 6, pour ensuite prendre une série de photographies qui traduisent l'émotion et la relation du modèle avec le produit.

8. Si le temps et les ressources le permettent, invitez les élèves à améliorer leurs photographies à l'ordinateur, à y ajouter le nom de la marque de leur produit ou du texte pour compléter leur publicité.

9. Incitez le groupe à créer un catalogue de collection de leurs publicités, comprenant l'ensemble de leur travail et un slogan pour vendre leur produit. Une brève explication de leur démarche artistique doit être incluse, révélant les stratégies de composition et l'orientation prise pour transmettre l'émotion choisie.

10. En guise de prolongement de l'exercice, invitez les équipes à présenter leur publicité, leur slogan et leur concept, en expliquant leur démarche artistique.



Fig. 28. Margaret Watkins, *Untitled [Portrait of Nina B. Price]* (Sans titre [Portrait de Nina B. Price]), 1925. Price était une publiciste que Watkins a rencontrée au sein du Zonta Club, un groupe de femmes professionnelles travaillant en réseau.

L'ART DE MARGARET WATKINS : STYLE ET TECHNIQUE

Voici quelques-uns des concepts artistiques importants qui caractérisent la photographie de Margaret Watkins. Pour plus d'informations, voir le chapitre [Style et technique](#) de Margaret Watkins : sa vie et son œuvre.

PHOTOGRAPHIE PICTORIALISTE

Le début de la carrière de Watkins est marqué par le pictorialisme, un courant artistique de la fin du dix-neuvième siècle et du début du vingtième siècle qui, en photographie, vise l'imitation de techniques picturales avec l'appareil photo. Au-delà de la simple représentation de l'objet, la photographie pictorialiste souligne l'esthétique du sujet et la beauté de l'image par le recours à des effets de cadrage, de flou artistique et de clair-obscur. Watkins compose ses images d'objets du quotidien avec grand soin, en étant fortement imprégnée du pictorialisme; parfois, elle va même jusqu'à imiter des styles picturaux en particulier. Par exemple, pour la photographie *Dutch Girl Reading [Olivette Falls]* (*Jeune fille néerlandaise lisant [Olivette Falls]*), 1918, Watkins costume son sujet de vêtements d'époque et recourt à un éclairage très sombre pour imiter la peinture hollandaise du dix-septième siècle.



Fig. 29. Margaret Watkins, *Dutch Girl Reading [Olivette Falls]* (*Jeune fille néerlandaise lisant [Olivette Falls]*), 1918.

COMPOSITION EXPÉRIMENTALE

L'un des premiers professeurs de photographie de Watkins est le peintre Max Weber (1881-1961), qui adopte un style [cubiste](#) par lequel il représente des objets fragmentés et abstraits, mettant l'accent sur les formes géométriques de ses sujets. Weber enseigne donc à Watkins que l'attrait d'une photographie réside dans le contraste des lignes, des courbes et des angles. Quel que soit son sujet, Watkins applique ces principes [modernistes](#) de composition de l'image à la photographie d'une manière complètement inédite. Par exemple, son œuvre *Design – Curves (Courbes – design)*, 1919, représente deux assiettes de façon quasi abstraite, notamment en raison de leurs formes déséquilibrées – deux larges courbes assorties d'une ombre triangulaire au centre – cadrées de telle sorte que la personne spectatrice ne comprend pas le sujet de l'œuvre au premier coup d'œil.

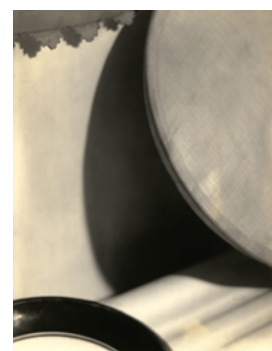


Fig. 30. Margaret Watkins, *Design – Curves (Courbes – design)*, 1919.

NATURE MORTE DOMESTIQUE

Les images emblématiques de Watkins sont des photographies de [natures mortes](#) de simples objets domestiques – savon, vaisselle, serviettes et évier – cadrés avec soin dans des œuvres telles que *Domestic Symphony (Symphonie domestique)* et *Still Life – Bath Tub (Nature morte – baignoire)*, toutes deux de 1919. Par une approche intimiste et formelle de son sujet, Watkins « inscrit l'espace genré de la cuisine, ses objets familiers et sa nourriture, dans une nouvelle vision vibrante », comme le suggère l'autrice Mary O'Connor, donnant à l'existence quotidienne banale et désordonnée une nouvelle vie et lui accordant une attention inédite.

NOUVELLES APPROCHES DE LA PUBLICITÉ

Dans les années 1920, les publicités imprimées sont encore essentiellement illustrées, et les photos ou les dessins publicitaires présentent souvent des représentations claires et littérales des produits de consommation. Le talent naturel de Watkins dans la mise en valeur des objets, en les encadrant magnifiquement et avec simplicité, la prédestinait à révolutionner la publicité. Comme elle l'a fait avec les articles ménagers, la photographe élabore ses images autour d'un produit en soulignant ses effets uniques, conçus pour donner au produit un attrait implicite. Par exemple, une de ses études pour un produit de traitement des ongles Cutex ne montre pas de flacon de vernis, mais bien un collier de perles soigneusement cadré pour diriger le regard vers les ongles manucurés du sujet.



Fig. 31. Margaret Watkins, *Untitled [Study for advertisement for Cutex nail polish] (Sans titre [Étude pour une publicité pour le vernis à ongles Cutex])*, 1924.

RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

Ressources supplémentaires fournies par l'Institut de l'art canadien

- Le livre d'art en ligne *Margaret Watkins : sa vie et son œuvre* par Mary O'Connor : <https://www.aci-iac.ca/fr/livres-dart/margaret-watkins/>
- [La banque d'images de Margaret Watkins](#), rassemblant les œuvres reliées à ce guide
- La fiche biographique « Qui est Margaret Watkins? » ([page 2](#))
- La chronologie des événements nationaux et internationaux, et de la vie de l'artiste ([page 3](#))
- La fiche artistique « L'art de Margaret Watkins : style et technique » ([page 13](#))

GLOSSAIRE

Voici une liste de termes utilisés dans ce guide, qui sont pertinents pour les activités d'apprentissage et l'exercice sommatif. Pour accéder à plus de définitions de termes liés à l'art, consultez le [Glossaire de l'histoire de l'art canadien](#), une ressource en constant développement.

art abstrait

Langage de l'art visuel qui emploie la forme, la couleur, la ligne et les traces gestuelles pour créer des compositions qui ne tentent pas de représenter des choses appartenant au monde réel. L'art abstrait peut interpréter la réalité sous une forme modifiée ou s'en éloigner tout à fait. On l'appelle aussi l'art non figuratif.

cubisme

Style de peinture radical conçu par Pablo Picasso et Georges Braque à Paris, entre 1907 et 1914, défini par la représentation simultanée de plusieurs perspectives. Le cubisme est déterminant dans l'histoire de l'art moderne en raison de l'énorme influence qu'il a exercée dans le monde; Juan Gris et Francis Picabia font aussi partie de ses célèbres praticiens.

modernisme

Mouvement qui s'étend du milieu du dix-neuvième au milieu du vingtième siècle dans tous les domaines artistiques. Le modernisme rejette les traditions académiques au profit de styles novateurs qui se développent en réaction à l'industrialisation de la société contemporaine. Les mouvements modernistes dans le domaine des arts visuels comprennent le réalisme de Gustave Courbet, et plus tard l'impressionnisme, le postimpressionnisme, le fauvisme, le cubisme et, enfin, l'abstraction. Dans les années 1960, les styles postmodernistes antiautoritaires tels que le pop art, l'art conceptuel et le néo-expressionnisme brouillent les distinctions entre beaux-arts et culture de masse.

nature morte

La nature morte est un genre important dans l'art occidental et comprend des représentations d'objets naturels et fabriqués. Souvent choisie pour souligner le caractère éphémère de la vie humaine par les thèmes de la vanité et du *memento mori*, courants au dix-septième siècle, la nature morte est placée tout au bas de la hiérarchie des genres établie par l'Académie royale de peinture et de sculpture de France.

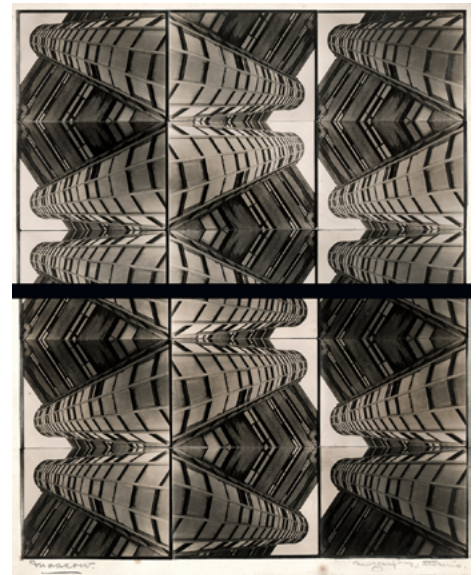


Fig. 32. Margaret Watkins, *Moscow (Moscou)*, v.1935. Cette image contrastée de lignes et de cercles qui se répètent est construite à partir d'une seule photo d'un immeuble d'habitation de Moscou.

RESSOURCES EXTERNES

Les ressources externes suivantes complètent les activités d'apprentissage et le matériel fourni par l'IAC, et peuvent être utilisées à la discrétion des enseignant-es.

Association for Media Literacy [en anglais seulement]

Ressource pour une compréhension éclairée et critique de la nature des médias, de leurs techniques et de leur impact.

<https://aml.ca/>

Action 4 Media Education [en anglais seulement]

Ressource pour les enseignant-es : conseils pour rendre l'éducation aux médias plus pertinente pour les élèves

<https://action4mediaeducation.org/resources/for-educators/>

Bibliothèque et archives nationales du Québec – Espace jeunes

<https://www.banq.qc.ca/jeunes/>

Habilo Médias : Faux que ça cesse

Ressource éducative du Centre canadien de littératie aux médias numériques

<https://habilomedias.ca/faux-que-ca-cesse>

Twentieth-Century Photography – Art History Teaching Resources [en anglais seulement]

Plateforme animée par les pairs en éducation : article sur la photographie au vingtième siècle

<https://arthistoryteachingresources.org/lessons/twentieth-century-photography/>

Modern Photography – The Art Story [en anglais seulement]

Ressource en arts visuels : chapitre sur la photographie moderne

<https://www.theartstory.org/movement/modern-photography/>

Margaret Watkins: Not an Everyday Life – A Conversation with Mary O'Connor [en anglais seulement]

Vidéo YouTube d'une conférence de l'autrice dans le cadre d'une exposition consacrée à Margaret Watkins

https://www.youtube.com/watch?v=ILk9e4u5Ybo&ab_channel=ArtGalleryofHamilton



Fig. 33. Margaret Watkins, *The Negative (Le négatif)*, 1919. Dans cette image, une femme tenant un négatif photographique montre la lumière capturée sur la pellicule à partir d'une photo.

LISTE DES FIGURES

Tout a été fait pour obtenir les autorisations de l'ensemble des objets protégés par le droit d'auteur dans cette publication. L'Institut de l'art canadien corrigera cependant toute erreur ou omission.

Page couverture : Margaret Watkins, *The Tea Cup* [advertisement for Cutex] (*La tasse de thé* [publicité pour Cutex]), 1924, épreuve au palladium, 10,3 x 15,3 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 1. Margaret Watkins, *Untitled* [Still Life with Mirrors and Windows, NYC] (*Sans titre* [Nature morte avec miroirs et fenêtres, New York]), 1927, épreuve à la gélatine argentique, 15,1 x 20,2 cm. Collection du Museum of Modern Art, New York, don d'Helen Kornblum en l'honneur de Roxana Marcoci (70.2020). Avec l'aimable autorisation du Museum of Modern Art. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 2. Alice M. Boughton, Margaret Watkins, v.1919. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery.

Fig. 3. « Photography Comes into the Kitchen », *Vanity Fair*, vol 17, n° 2 (octobre 1921), p. 60. Dans l'image, de Margaret Watkins : en haut au centre, *A Study in Circles* (*Étude en cercles*), 1921; au centre, *Untitled* [Kitchen, Still Life] (*Sans titre* [Cuisine, nature morte]), 1921; en bas à gauche, *Design – Angles* (*Angles – design*), 1919; enfin, en bas à droite, *Domestic Symphony* (*Symphonie domestique*), 1919. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery.

Fig. 4. Margaret Watkins, *Ellipse & triangle*, 1924-1928, épreuve à la gélatine argentique, 21 x 16,1 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 5. Margaret Watkins, *Still-Life – Shower Hose* (*Nature morte – tuyau de douche*), 1919. Collection du Musée des beaux-arts du Canada, Ottawa, achat en 1984 grâce à une subvention du gouvernement du Canada en vertu de la Loi sur l'exportation et l'importation de biens culturels (20628). Avec l'aimable autorisation du Musée des beaux-arts du Canada. Mention de source : MBAC. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 6. Joseph Nicéphore Niépce, *Point de vue du Gras*, 1827, héliographie (étain recouvert de bitume de Judée), 16,7 x 20 cm. Collection du Harry Ransom Center, Université du Texas à Austin. Avec l'aimable autorisation de Wikimedia.

Fig. 7. Eastman Kodak Company, « Take a Kodak with you [Prenez un Kodak avec vous] », date inconnue, affiche publicitaire, 69 x 50,8 cm, George Eastman Museum, Rochester. Collection du George Eastman Museum, Rochester (2005.001.03.3.093). Avec l'aimable autorisation du George Eastman Museum.

Fig. 8. Ethel M'Clellan Plummer, couverture de *Vanity Fair*, juin 1914.

Fig. 9. Photographie d'une personne non identifiée (à gauche) et de Meta G. Watkins (Margaret Watkins, à droite), date inconnue, photographie d'E. H. Price, épreuve à la gélatine argentique, 8,1 x 6,9 cm; avec cadre : 19,6 x 16 cm, The Hidden Lane Gallery, Glasgow.

Fig. 10. Affiche du film *Archive Traces : Margaret Watkins Photographer*, conçue par Sarah Dinnick, film réalisé par Mary O'Connor et Katherine Tweedie, 2022, 14 min, financé par la Art Gallery of Hamilton et diChroma Photography, Madrid. Avec l'aimable autorisation de Mary O'Connor.

Fig. 11. Margaret Watkins, *Untitled* [Construction, Glasgow] (*Sans titre* [Construction, Glasgow]), 1928-1938, épreuve à la gélatine argentique dans un album photo, 7,9 x 10,6 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de CentroCentro, Madrid. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 12. Margaret Watkins, *The Kitchen Sink* (*L'évier*), 1919, épreuve au palladium, 21,3 x 16,4 cm. Collection du Musée des beaux-arts du Canada, Ottawa, achat en 1984 grâce à une subvention du gouvernement du Canada en vertu de la Loi sur l'exportation et l'importation de biens culturels (20629). Avec l'aimable autorisation du Musée des beaux-arts du Canada. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 13. Margaret Watkins, *Domestic Symphony* (*Symphonie domestique*), 1919, épreuve au palladium, 21,2 x 16,4 cm. Collection du Musée des beaux-arts du Canada, Ottawa, achat en 1984 grâce à une subvention du gouvernement du Canada en vertu de la Loi sur l'exportation et l'importation de biens culturels (20627). Avec l'aimable autorisation du Musée des beaux-arts du Canada. © Joseph Mulholland, Glasgow. Mention de source : MBAC.

Fig. 14. Margaret Watkins, *Design – Angles* (*Angles – design*), 1919, épreuve au chlorure d'argent sur papier pour lumière de gaz, 20,7 x 15,5 cm. Collection du Amon Carter Museum of American Art, Fort Worth (P1983.41.3). Avec l'aimable autorisation du Amon Carter Museum of American Art. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 15. Margaret Watkins, *Still Life – Circles* (*Nature morte – cercles*), 1919, épreuve au platine, 16,3 x 20,2 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 16. Publicité pour le savon Woodbury « The first time you use it – your skin will feel the difference [Dès la première utilisation, votre peau sentira la différence] », publiée dans le *New York Times*, 13 avril 1924. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery.

Fig. 17. Margaret Watkins, *Study for an advertisement* [Woodbury's Soap] (*Étude pour une publicité* [Savon Woodbury]), 1924, épreuve au palladium, 15,4 x 20,3 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 18. Margaret Watkins, *Untitled* [Perfume atomizer advertisement] (*Sans titre* [publicité pour un atomiseur de parfum]), 1924-1928, épreuve à la gélatine argentique, 16,3 x 15,7 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 19. Margaret Watkins, *Untitled* [Lamp, study for Macy's advertisement] (*Sans titre* [Lampe, étude pour la publicité de Macy's]), 1925-1927, épreuve à la gélatine argentique, 24,6 x 19,6 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 20. Margaret Watkins, *Untitled* [Johnson & Johnson Modess sanitary napkin ad] (*Sans titre* [publicité pour les serviettes hygiéniques Modess de Johnson et Johnson]), 1924-1928, épreuve à la gélatine argentique, 12,2 x 9,4 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

LISTE DES FIGURES

Tout a été fait pour obtenir les autorisations de l'ensemble des objets protégés par le droit d'auteur dans cette publication. L'Institut de l'art canadien corrigera cependant toute erreur ou omission.

Fig. 21. Margaret Watkins, *Untitled [Study for advertisement for Cutex nail polish]* (Sans titre [Étude pour une publicité pour le vernis à ongles Cutex]), 1924, épreuve au palladium, 10,3 x 15,3 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow (1997.S.a.2). Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 22. Publicité de Cutex « The Well Groomed Woman's Manicure [La manucure de la femme soignée] », dans *Ladies' Home Journal*, vol. 42, n° 2 (février 1925), p. 37. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery.

Fig. 23. Margaret Watkins, *Untitled [Self-Portrait]* (Sans titre [Autoportrait]), 1931, épreuve à la gélatine argentique, 7,8 x 10,3 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 24. Margaret Watkins, *Self-Portrait (Autoportrait)*, 1923, épreuve à la gélatine argentique, 21,4 x 16 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 25. Margaret Watkins, *Verna Skelton*, 1923, épreuve au palladium, 21,2 x 16,3 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'autorisation du CentroCentro, Madrid. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 26. Margaret Watkins, *Portrait of Ezra Winter (Portrait d'Ezra Winter)*, 1924, épreuve au platine, 21 x 16,2 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 27. Margaret Watkins, *Katherine at Home (Katherine chez elle)*, v.1925, épreuve à la gélatine argentique, 21 x 15 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 28. Margaret Watkins, *Untitled [Portrait of Nina B. Price]* (Sans titre [Portrait de Nina B. Price]), 1925, épreuve au platine, 21,4 x 16,5 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 29. Margaret Watkins, *Dutch Girl Reading [Olivette Falls]* (Jeune fille néerlandaise lisant [Olivette Falls]), 1918, épreuve au palladium, 20,8 x 16 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 30. Margaret Watkins, *Design – Curves (Courbes – design)*, 1919, épreuve à la gélatine argentique, 20,7 x 16 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 31. Margaret Watkins, *Untitled [Study for advertisement for Cutex nail polish]* (Sans titre [Étude pour une publicité pour le vernis à ongles Cutex]), 1924, épreuve au palladium, 10,3 x 15,3 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow (1997.S.a.2). Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 32. Margaret Watkins, *Moscow (Moscou)*, v.1935, épreuves à la gélatine argentique, 37,9 x 31,2 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.

Fig. 33. Margaret Watkins, *The Negative (Le négatif)*, 1919, épreuve au palladium, 16,5 x 21,5 cm. Collection de la Hidden Lane Gallery, Glasgow. Avec l'aimable autorisation de la Hidden Lane Gallery. © Joseph Mulholland, Glasgow.