La Théâtralité de la dissémination : un modèle de General Idea

Version revue et corrigée d'un essai publié dans le catalogue de General Idea Fin de Siècle, Württembergischer Kunstverein Stuttgart, Centre d'Art Santa Monica, Kunstverein de Hamburg, The Power Plant à Toronto, Wexner Center for the Arts à Colombus et le San Francisco Museum of Modern Art, 1992-1994. Essai © Joshua Decter et le Württembergischer Kunstverein Stuttgart. Tous droits réservés

Joshua Decter

Translator: Isabelle Fabre

Electronic version

URL: <http://journals.openedition.org/critiquedart/13564>

DOI: 10.4000/critiquedart.13564

ISBN: 2265-9404

ISSN: 2265-9404

Publisher

Groupeement d'intérêt scientifique (GIS) Archives de la critique d'art

Printed version

Date of publication: 15 May 2014

ISBN: 1246-8258

ISSN: 1246-8258

Electronic reference

Joshua Decter, « La Théâtralité de la dissémination : un modèle de General Idea », *Critique d'art* [Online], 42 | 2014, Online since 01 May 2015, connection on 10 December 2020. URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/13564> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/critiquedart.13564>

This text was automatically generated on 10 December 2020.

Archives de la critique d'art

La Théâtralité de la dissémination : un modèle de General Idea

Version revue et corrigée d'un essai publié dans le catalogue de General Idea Fin de Siècle, Württembergischer Kunstverein Stuttgart, Centre d'Art Santa Monica, Kunstverein de Hamburg, The Power Plant à Toronto, Wexner Center for the Arts à Colombus et le San Francisco Museum of Modern Art, 1992-1994. Essai © Joshua Decter et le Württembergischer Kunstverein Stuttgart. Tous droits réservés

Joshua Decter

Translation : Isabelle Fabre

EDITOR'S NOTE

Joshua Decter a réuni et partiellement réécrit un ensemble de textes publiés entre 1986 et 2012. Son parcours professionnel résume la diversité des activités d'un critique, commissaire d'expositions et enseignant de sa génération alliant pratique et retour critique sur celle-ci. Son activité s'est déroulée dans un cadre non institutionnel, dans le sens où Joshua Decter n'est pas et n'a pas été lié trop longtemps à un seul musée ou à centre d'art.

Art is a Problem: Selected Criticism, Essays, Interviews, and Curatorial Projects (1986-2012) part de l'idée que l'art serait désormais complètement intégré dans nos sociétés. Il ne poserait plus problème, puisqu'il serait détaché de toute attitude critique. Ce livre fournit l'occasion de se demander s'il n'en a pas toujours été ainsi. Si, selon Joshua Decter, le critique peut éclairer les ambiguïtés de l'art, il ne peut en aucun cas lever ses contradictions du haut de sa position souveraine. Il se considère redevable au Harold Rosenberg de *La Dé-définition de l'art* (1972), sans pour autant oublier la dénonciation de l'effet délétère de la culture de masse, tel qu'il a été analysé par Theodor W. Adorno et Max Horkheimer. L'art à mi-chemin entre ses ambitions critiques et son intégration de fait serait un art de collusion vis-à-vis du monde contemporain. Il exprimerait au mieux

cette aporie dans laquelle il se trouve pris, de même que la critique serait contrainte à interroger sa propre autorité.

Cette thématique qui court dans tout le recueil se trouve au cœur du texte, “The Theatrics of Dissemination: A General Idea Model”, consacré à General Idea en 1992 pour leur catalogue *Fin de siècle*.

Jean-Marc Poinot

Texte original en anglais paru dans : Decter, Joshua. “The Theatrics of Dissemination: A General Idea Model”, *Art Is a Problem: Selected Criticism, Essays, Interviews, and Curatorial Projects (1986-2012)*, Zurich : JRP/Ringier ; Dijon : Les Presses du réel, 2013, p. 302-307, (Documents)

© JRP/Ringier et Les Presses du réel, 2013

/

Joshua Decter has compiled and partly re-written a selection of texts which appeared between 1986 and 2012. His professional career sums up the diverse range of activities of a critic, exhibition curator and teacher of his generation, combining praxis and critical feedback about it. His activity has developed in a non-institutional setting, inasmuch as Joshua Decter is not and has not been associated for any length of time with any single museum or art centre.

Art is a Problem: Selected Criticism, Essays, Interviews, and Curatorial Projects (1986-2012) starts out from the idea that art is now totally incorporated in our societies. It no longer poses any problems, because it is aloof from any critical stance. This book provides readers with a chance to wonder whether this has not always been the case. If, according to Joshua Decter, the critic can shed light on the ambiguities of art, he can in no instance remove its contradictions from his lofty sovereign position. He regards himself as indebted to the Harold Rosenberg of *The De-Definition of Art* (1972), but without overlooking the denunciation of the deleterious effect of mass culture, as analyzed by Theodor W. Adorno and Max Horkheimer. Art halfway between its critical ambitions and its *de facto* integration is an art of collusion with regard to the contemporary world. It best expresses this contradiction in which it is caught, just as criticism is forced to question its own authority.

This theme which runs throughout the compilation lies at the heart of the text *The Theatrics of Dissemination : A General Idea Model*, devoted to General Idea in 1992 for their catalogue *General Idea's Fin de Siècle*.

Jean-Marc Poinot

Translated from the French by Simon Pleasance

Original text in English published in: Decter, Joshua. *Art Is a Problem: Selected Criticism, Essays, Interviews, and Curatorial Projects (1986-2012)*, Zurich : JRP/Ringier ; Dijon : Les Presses du réel, 2013, p. 302-307, (Documents)

© JRP/Ringier and Les Presses du réel, 2013

- 1 En 1968, AA Bronson, Jorge Zontal et Felix Partz se réinventent au sein de l'entité General Idea et commencent à produire des films, des vidéos, des performances et des photographies (et d'autres actions et événements plus difficiles à catégoriser) afin de donner corps à une construction fictionnelle. Produisant et se reproduisant eux-mêmes à l'image de ceux qu'ils désiraient être – s'engageant ainsi dans l'ultime aliénation – les membres de General Idea se représentaient comme les figures d'une culture populaire factice en quête de gloire, fortune et *glamour*. Héritier incontestable d'Andy Warhol, General Idea élaborait sa propre interprétation d'une sous-culture de la fin des années

1960 et du début des années 1970, pour donner un cadre à leurs nouvelles identités et bâtir ainsi un décor aussi bien métaphorique que réel, à l'intérieur duquel ils pouvaient réaliser leurs activités culturelles.

- 2 Pendant cette première période, General Idea attira des acteurs du monde de l'art, du théâtre, du cinéma et de la musique pour participer à la construction d'une sous-culture différente – la grande illusion théâtrale d'une figure artistique. Mais ce qui distingue clairement le modèle General Idea de celui de Warhol est que, dès le début, les premiers ont porté à son paroxysme l'élaboration d'un cadre délibérément artificiel, à partir duquel ils pouvaient mettre en place un mimétisme quasi-parodique des aspirations du monde artistique à parvenir au statut de culture populaire. Au début des années 1970, Warhol avait déjà réussi à atteindre le statut assez rare de l'artiste issu de l'avant-garde parvenu à se hisser au rang d'une star de la *pop-culture*. C'était un rôle que Warhol avait ardemment désiré jouer et son œuvre fonctionnait comme l'élément clef à travers lequel il pouvait se définir lui-même en tant que célébrité ; il était devenu le portraitiste *mondain* des riches et célèbres et cependant il réussissait à conserver une aura à la pointe de l'avant-garde. En un sens, les membres de General Idea avaient identifié le potentiel de ce territoire nouvellement défriché bien que toujours très ambigu, entre l'insularité de l'art d'avant-garde et le champ plus vaste de la culture de masse. Ils commencèrent à s'approprier des modes de comportements ou de langage dérivés de la culture populaire – ou bien les phagocytèrent de manière assumée – afin de mettre en place des moyens de divertissements prédéterminés, au sein desquels ils pourraient injecter leurs identités fictives et inventées. La construction de ce genre de situation et de langage hybride (dessinant des frontières communes à des domaines traditionnellement antithétiques) permettait des transgressions, des déviances et des subversions – toutes choses habituellement interdites ou réprouvées dans le cadre autorisé de la culture officielle de masse.
- 3 La création par General Idea de *The 1984 Miss General Idea Pageant* (« Le Concours de beauté Miss General Idea 1984 » qui prit différentes formes entre 1970 à 1980) et par la suite de *The 1984 Miss General Idea Pavilion* fonctionnait comme un cadre assez élaboré se référant au divertissement de masse. En d'autres termes, le concours de beauté ainsi que le pavillon étaient considérés comme des spectacles mettant en scène une activité commerciale. General Idea cherchait ainsi à développer un langage aussi bien visuel que performatif pour créer une ironie plutôt ambiguë, une version gentiment sarcastique des aspects de la culture populaire et en donner une interprétation quasiment absurde, tout à la fois complice et critique. Les membres de General Idea tentèrent d'infiltrer les diverses caractéristiques de ce système de valeurs, sur le plan matériel et comportemental, de manière à influencer la norme tout en y participant. Ils mirent en place une mascarade astucieuse en vue de la construction de leur (pseudo) célébrité, en orchestrant une campagne de promotion efficace et très habile pour diffuser leurs images fictives auprès du public. Ils imaginèrent de la sorte plusieurs modes de (d'auto) propagation – par exemple des photographies mettant en scène leurs différentes identités, ou une vidéo les montrant en train de recevoir sur commande les acclamations d'une assemblée de spectateurs (*Towards an Audience Vocabulary*, 1978).
- 4 General Idea s'approprie des formats conventionnels à l'intérieur desquels il instille une ambiguïté et des signaux protéiformes qui laissent libre cours à une double lecture – à l'opposé des systèmes de représentation extrêmement fermés utilisés dans la culture de masse. Les membres de General Idea explorent ainsi la question de la réception, à un

moment où la culture populaire est en phase d'expansion, en produisant des allégories (et des caricatures) à l'instar des films et de la télévision, en particulier, qui fonctionnent comme des espaces de séduction – des moyens de divertissement construisant différents types de réception de la part du public. General Idea démonte le mythe populaire de l'art et de l'artiste en en parodiant les conventions et en caricaturant cette mascarade de la vie qui est l'art et de l'art qui est la vie. Pour ses membres, il a toujours été question d'identifier les mécanismes les plus appropriés au travers desquels ils pouvaient pénétrer les flux massifs des signes culturels (le réseau de connexion de la communication sociale), injectant dans ces flux une quantité de signaux protéiformes. D'une certaine manière, *The 1984 Miss General Idea Pavilion* est devenu cette archive aléatoire à partir de laquelle les codes du langage fictif de General Idea (en tant que concept et pratique) furent catalogués – la création d'un espace fictif à l'intérieur duquel les membres de General Idea assurèrent la mise en scène de leurs propres autoreprésentations et de leurs masques théâtraux. Cependant à la fin des années 1970, cet édifice architectural imaginaire – *The 1984 Miss General Idea Pavilion* – fut détruit. General Idea commença à mettre en scène la destruction de son autoreprésentation fictive. L'ironie de la chose est que cette catastrophe engendra seulement un processus de reconstruction partiel : la création d'un faux inventaire archéologique constitué des restes de *The 1984 Miss General Idea Pavilion*. Se référant ainsi à l'aspect muséal autoréférentiel des œuvres de Duchamp et Broodthaers, General Idea développa un ensemble complexe de codes de langage visuels et de structures qui servaient à représenter les résidus des artefacts de cette fiction détruite – un procédé qui donna lieu, de façon paradoxale, à un nouvel inventaire de constructions esthétiques. Ou comment une fiction en remplaçait simplement une autre.

- 5 Au début et au milieu des années 1980, on assista à l'apparition des « codes post-apocalyptiques de l'autoportrait » créés par General Idea et diffusés à travers la profusion des éléments récupérés en provenance du pavillon détruit. Dotés de titres tels que *Pink Poodle Fragment* (« fragment du caniche rose ») ou *Black Poodle Fragment* (« fragment du caniche noir »), ces objets prenaient l'apparence d'artefacts issus d'une civilisation disparue qui érigeait les caniches en dieux – du moins si l'on en juge d'après les (fausses) traces laissées ! Les caniches devinrent les nouvelles mascottes de General Idea – une iconographie à la fois très kitsch et en même temps riche en connotations ayant trait au sexe et au genre, à la fois ambiguës et gentiment vulgaires. Avec ce langage figuratif, les membres de General Idea affichaient par procuration leur fantasmagorie collective. Certains de ces faux vestiges montrent trois caniches en pleine activité sexuelle, dans une large gamme de positions qui évoquent la sophistication érotique atteinte par cet ordre anthropomorphique. Les canidés anthropomorphes effectuent, avec une grâce quelque peu mécanique, une variété incommensurable de postures de sexe à trois – une fable illustrée suggestive et scandaleuse pour l'accouplement mécano-chorégraphique des hypothétiques jeux sexuels de General Idea. Peut-être une allégorie des dynamiques collaboratives à l'œuvre dans la création artistique ?
- 6 Au cours des années 1980, les membres de General Idea réagissent au regain de fascination du monde de l'art pour la peinture – par exemple, les courants allemands et italiens soi-disant néo-expressionnistes et le courant américain néo-géo. Ils produisent à dessein une imitation mièvre et critique de ces courants en fabriquant leur propre version de qu'ils appellent la Peinture. Pour faciliter cette entreprise, ils s'approprient des attributs aisément reconnaissables des différents codes stylistiques de la période. Par exemple, les peintures de la série du *Mondo Cane Kama Sutra* (1984), qui représentent un

caniche jaune, un orange et un rose dans des scènes de baise spectaculaires, semblent être calquées sur le courant néo-géo. Ces symboles de ménage à trois mettent en avant la nature singulière du langage de General Idea et fonctionnent en lien avec des codes prédéterminés, suggérant une relation parasitaire aussi bien par rapport à la culture de masse qu'à celle de l'élite.

- 7 Le Projet AIDS, commencé en 1987, est exemplaire du langage et de la méthode de travail utilisés par General Idea. Cette année vit l'apparition du premier logo AIDS, calqué sur la forme et les couleurs du célèbre signe LOVE de Robert Indiana, universellement répandu. General Idea utilisa son logo AIDS pour des projets réalisés dans le cadre de galeries ou d'autres institutions du monde de l'art aussi bien que dans un contexte public, dans la rue, cette fois-ci sous la forme de posters.
- 8 Bien qu'à chaque espace corresponde une réception différente de la part du public, un lieu appartenant à une culture « dite d'élite » requiert une connaissance de langages visuels plus élaborés et instaure immédiatement un mode de communication différent que celui que l'on peut rencontrer dans la rue ; ou pas ? General Idea anticipait les différents modes de réception de la part du public en sélectionnant les constructions visuelles adéquates à chaque contexte ; le paradigme de la peinture pour le musée ou la galerie d'art et celui du poster pour la rue.
- 9 L'utilisation de AIDS à la place de LOVE a en soi de nombreuses répercussions politiques et culturelles. En introduisant ce terme – en réalité un acronyme médical pour *Acquired Immune Deficiency Syndrome* (« syndrome d'immunodéficience acquise »), virus qui était déjà parvenu à un niveau pandémique à la fin des années 1980 – dans une iconographie préexistante symbolisant l'union d'un art d'élite et de la culture de masse à travers un signe omniprésent, General Idea crée un procédé de dissémination qui peut s'adapter à n'importe quel contexte. On peut dire, en utilisant la métaphore de la propagation virale, que General Idea cherchait à *contaminer* la culture de masse avec une nouvelle signification étymologique et métaphorique permettant une diffusion de ce signe à travers toutes les couches sociales. Restait cependant la question de savoir si ce symbole avait un sens précis ou au contraire indéterminé et capable de générer de multiples significations. General Idea était intéressé par la mise en valeur du caractère ambigu du symbole en tant que signe-image ou image-signes ; plus précisément les membres de General Idea cherchaient à catalyser une interaction entre abstraction et caractère didactique, plaisir esthétique et information, rêverie contemplative et pédagogie, divertissement et *agit-prop*. Qui plus est, ils essayèrent d'implanter ce symbole dans un monde déjà chargé en signes culturels de toute sorte, tout en laissant les caractéristiques du symbole AIDS pénétrer le champ de réception visuelle du public. On a pu voir des posters de AIDS dans les rues et les métros de New York, Berlin et San Francisco. Le logo AIDS a été utilisé pour éditer une série de timbres pour *Parkett magazine*, pour réaliser des peintures exposées dans des galeries et des musées dans le monde entier et en tant que sculpture dans l'espace public. En atteignant le grand public, General Idea avait généré un mode de communication à la fois complexe et accessible, en regard d'une crise sanitaire qui réclamait toute notre vigilance.