

ETC



Quelle Pop ?

Patrick Poulin

Number 91, October–November–December 2010, January 2011

POP : 0/1

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/64237ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

ISSN

0835-7641 (print)

1923-3205 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Poulin, P. (2010). Quelle Pop ? *ETC*, (91), 4–9.

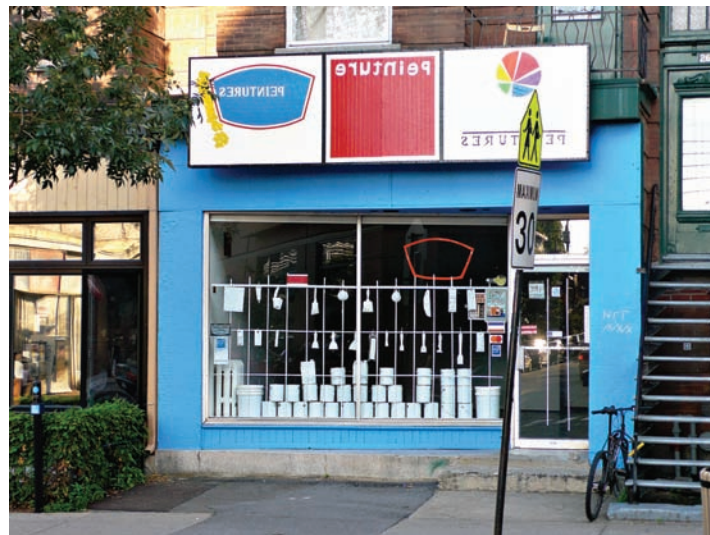
POP O/1

QUELLE POP?



Plusieurs œuvres contemporaines intègrent des éléments empruntés à la culture populaire, comme des icônes ou des logos de transnationales, des personnages de dessins animés. On utilise ainsi artistiquement des objets de la vie courante conçus et produits génériquement selon une gamme de standards destinés à exciter un désir de singularité. Certains artistes semblent aussi recourir à l'image même de certains produits, en une sorte d'art conceptuel capitaliste propre au capitalisme cognitif. Au-delà du simple effet d'ironie ou d'hyperbole seigneuriale (« bling bling » où l'on voit se souder autant le dandysme qu'un sens méritocratique basé sur l'extravagance et l'antagonisme – comme dans la culture hip-hop, qui reprend des motifs culturels qui remontent à la Jamaïque et à l'Afrique), la culture populaire est aujourd'hui utilisée en art comme un matériau extrêmement significatif, parfois dans une posture donnée pour subversive (comme si l'exigence de subversion remplaçait celle, toute moderne, de nouveauté), parfois dans un geste de simple appropriation qui ne recule pas devant l'insolite.

Certes, on pense à des artistes comme Jake & Dinos Chapman, Jeff Koon, Paul McCarthy, Matthew Barney, Damien Hirst; mais l'usage actuel du pop se retrouve dans une kyrielle d'esthétiques. Par exemple, tout près de nous, on a pu voir récemment chez Articule un projet d'Emmanuel Galland et François Lalumière qui parasitait une structure commerciale dans un mimétisme en copier-coller, par



un exercice de représentation usurpante. Galland et Lalumière s'approprient artistiquement des matériaux commerciaux et fongibles tout en engageant une série de rapports avec le ready-made et, par ludisme, avec un paradigme artistique tourné vers la peinture (ici prise littéralement, au premier degré). Ailleurs, Pascal Caputo transcode un imaginaire populaire vers une représentation picturale qui met à contribution iconoclastie et perturbation optique.

Inversement, le monde de la culture pop récupère le travail du monde de l'art avec une acuité grandissante : il suffit de penser aux transferts faits par Lady Gaga et son équipe, qui puisent particulièrement et de manière frappante dans le travail de Barney. Nous pourrions aussi penser à Pharrell Williams (de Neptunes), producteur de hip-hop et de pop qui réalise également des œuvres d'art actuel où luxe et trivialité se combinent.

Cela dit, nous n'assistons cependant pas à une renaissance du Pop Art, puisque les postures décadentistes que l'on trouve aujourd'hui, dans cet autre pop, si elles sont critiques, ne s'exercent pas moins, dans plusieurs cas, avec un sens du luxe ou de la démesure économique qui ne caractérisait pas le Pop Art (certainement pas au même degré). De plus, les matériaux (spirituels ou concrets) sont souvent choisis pour leur valeur symbolique ou leur aura économique, et on les traite rarement par une destruction qui relèverait d'une posture conflictuelle directement antagonique : ils sont davantage intégrés qu'affrontés,



et il en résulte une esthétique aux contours extrêmement ambigus. Par ailleurs, cet usage du pop est hautement compatible avec certaines des esthétiques marquées par le quotidien actuel, la représentation de soi (auto-fiction *et alii*) et la trivialité.

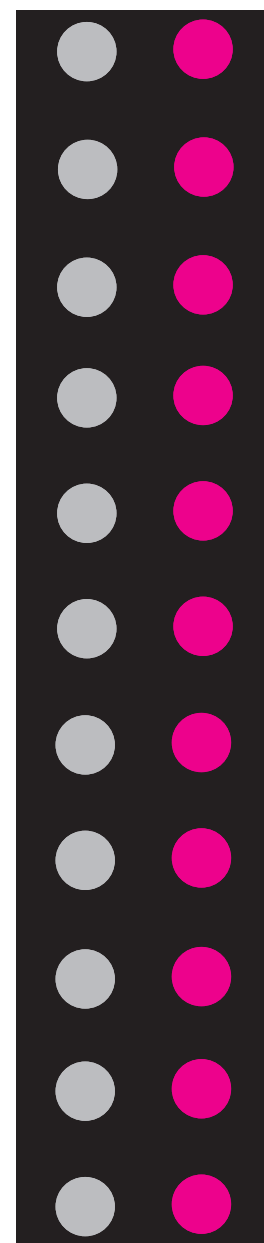
Dans l'usage actuel du pop, c'est la « consommabilité » même – aptitude à se coder numériquement selon un marché et à produire de la représentation par des habitudes d'acquisition performative, en tangente avec la fongibilité – bref, c'est la consommabilité même qui devient susceptible de gestes et de productions artistiques. Au-delà du séminal ready-made, un fait immatériel devient objet conceptuel digne de l'interrogation cognitive, affective et sensorielle propre à l'art, souvent dans une terrible ambiguïté.

Si ces œuvres et ces artistes du nouveau pop font souvent montre d'ironie, voire d'un désir de subversion, ils n'ont pas toujours la candeur transgressive que l'on pouvait retrouver chez certains artistes du Pop Art. Dans plusieurs cas, on retrouve davantage une évidente mise en esthétique du commerce et du capitalisme civilisationnel, plutôt qu'une critique basée sur les idéaux des avant-gardes des débuts du 20^e siècle. Les intentions et le contexte respectifs de ces deux tendances divergent remarquablement, d'une manière qui reste encore à penser.

Il semble aussi que ces emprunts et ces déplacements représentent un autre rapport à la culture populaire (qui n'est plus polarisée avec la « grande Culture »), aux médias et à l'esthétique industrielle et commerciale. Dans le capitalisme cognitif, la culture n'est pas une marchandise, c'est une pragmatique. Ses usages et ses effets sont biopolitiques, économiques et

militaires. Elle informe les comportements, jusque dans l'impératif créatif, dans l'exigence d'expression personnelle autant que dans celle d'une autonomie immatérielle (isolation réticulée). Ce type de culture ressemble à un espace-jeu : une sorte d'espace de transactions compétitives et mesurables. Ce n'est bien sûr plus ce que visèrent les premiers travailleurs immatériels, de la Renaissance jusqu'au milieu du 20^e siècle, en passant par le 19^e siècle allemand.

Il faut dire également que l'idée de culture populaire suppose une certaine culture commune, ce qui ne semble plus « nous » appartenir naturellement aujourd'hui, l'informatique tend largement à une fragmentation culturelle, alors que le commerce transnational contribue pour sa part à produire une culture « commune » volatile, souple et changeante – véritable plastique de la représentation, d'une représentation qui aurait été donnée en sous-traitance, les collectivités n'ayant plus à se soucier d'apparaître d'une manière culturelle, c'est-à-dire politique. En ce sens, il n'en va plus de collectivités à proprement parler (des gens qui se voient très souvent et sans prétexte, parfois sans le désirer), mais de nuages de regroupements temporaires, nébuleuses d'individus, de groupes d'intérêts structurés en monades temporaires et réunis de manière télécommunicante, par la grâce de la distance (soit le fameux rhizome, mais surcodé par l'argent et tous les signes mondains, même infimes, que cette abstraction matérielle motive¹). La production esthétique et artistique devient un secteur de pointe dans la libre organisation des comportements, et le nouveau pop en représente peut-être la boucle de récursion, un moment de réflexion et d'expérimentation encadrée qui, sans ralentir notre vie immatérielle et nos mutations, interroge, parfois dans d'aimables postures subversives, le



monde noyé de commerce. Or, dans le contexte où nous vivons, rien ne saurait être moins subversif qu'un exercice de représentation.

Nous nous trouvons alors peut-être devant quelque chose comme une économie du regard qui met en contact avec le pouvoir organisé. Au passage, les constructions identitaires fondées sur les souverainetés nationales y cessent de présenter un intérêt, puisque ce nouveau pop est peut-être authentiquement transnational (voire « impérial »). Il s'agit d'une esthétique pop[ulaire] mais pour ainsi dire sans peuple (notion qui relève vraisemblablement d'un schéma identitaire national largement développé grâce à l'hégémonie de l'imprimerie, du 15^e au 20^e siècle; elle relève d'une vision du collectif peut-être incompatible avec l'individualisme libéral et l'exigence de souplesse du libéralisme devenu capitalisme civilisationnel).

Ce sont de telles questions qui marquent ce numéro d'*ETC*, et nos collaborateurs proposent des réflexions sur le nouveau pop qui témoignent d'une problématique plus large, très complexe, engageant autant le politique que l'économique – une problématique que nous ne pouvons qu'effleurer ici.

Christine Palmiéri tourne un excellent panoramique des tendances du nouveau pop, qu'elle désigne par un jeu sur le « Pop Corn » (un grain ou un « noyau »

éclaté, servi comme friandise récréative). Palmiéri commence par distinguer le Pop Art du nouveau pop à partir des intentions artistiques, avant d'entreprendre une réflexion marquée par la figure rhétorique de l'oxymore. Comme chez Kafka, où l'humour est exactement à hauteur de l'horreur, Janus ordinaire, le nouveau pop joue de la lyre des contraires : son ludisme aux couleurs saturées, aux formes simplifiées, est financé par une organisation du vivant pragmatique, violente et incontournable. Palmiéri évoque également un nihilisme, une disparition de foi² qui voit tout en temps réel, dans une dépense intense, circulatoire mais personnelle. Au passage, c'est également une vision romantique qui s'en trouve encore mise à mal, et l'on pourrait ici penser à une opposition qui se dessinerait entre un art postmoderne et un art métamoderne³, entre un sens mondain de l'ironie et un sens hypodermique de l'insolite. « Je suis un artiste de la surface. [...] Je suis le contraire du romantique qui chercherait une intériorité. Je voudrais être transparent. » (Xavier Veilhan, cité par l'auteure.) Enfin, Palmiéri donne à voir le nouveau pop dans une posture scopophilique, passionnée et passive : « Nous sommes des oxymores scopophiles aux yeux de plaie. Nous sommes des artistes » (Jake & Dinos Chapman, également cités par l'auteure.)

Fabien Loszach interviewe Jonathan Shaughnessy, l'un des commissaires de La

vie en pop, présentée au Musée des beaux-arts du Canada. Non sans surprise, nous avons appris la tenue de cette exposition alors que nous lançions la préparation de ce numéro – ce qui n'en montre que mieux comment le nouveau pop participe du *Zeitgeist* contemporain. Nous avons voulu en savoir davantage, et Loszach discute avec Shaughnessy de cette thématique tout en pensant cette esthétique selon l'incontournable précurseur qu'est Warhol.

Érik Bordeleau mène une réflexion très fine sur la portée de la subversion du *Political Pop* chinois, entre un conservatisme qui sert, non sans contradiction, à la fois l'imagerie communiste chinoise et les valeurs du néo-libéralisme. D'une part, le *Political Pop* sert une iconicité conservatrice, jusque dans la transgression. D'autre part, la subversivité du *Political Pop* réside, selon une perspective néo-libérale, dans un sens de l'ironie et de la fin de l'Histoire, dans un ludisme très fluide qui détruit tradition et sens historiques. Bordeleau remet ainsi en question le sens du mot *populaire*, et il associe l'idée même de subversion à la vitalité et au conservatisme d'un pouvoir organisé. La profanation ne manifeste peut-être, dans ce cas, qu'un angle mort où gloire et sacré se reproduisent en catimini, liés à un monde donné et à ses dispositifs. (Ce qui autorise finalement toute une batterie d'oxymores.)

Pour sa part, Marc James Léger prend pour objet de réflexion le projet de Huyghe et Parreno intitulé *No Ghost Just a Shell*. À partir du Manga, Léger trace un point de passage entre culture pop, commerce et art, et il déploie une série de questionnements sur la gauche italienne (Virno, Negri, Lazzarato) et sur certains groupes deleuziens actuels, en considérant le détournement (ou le surcodage) de la pensée de Deleuze au profit d'un libéralisme existentiel et d'un pouvoir organisé selon des impératifs économiques libéraux.

Enfin, Toby Heys étend au monde de l'art une réflexion sur l'usage de la musique (pop et expérimentale) à des fins militaires. Les recherches de Heys ont pour contexte une mutation économique : le « complexe militaro-industriel » d'un 20^e siècle enraciné dans l'industrie mute ultérieurement en un « complexe militaro-récréatif⁴ », celui du capitalisme cognitif (tourné vers le commerce, les services et la production d'expériences). Dans ce contexte, l'art sert des effets pragmatiques : effets de pouvoir, mais aussi effets de violence. Changer et affecter les perceptions, les systèmes perceptuels, devient une mission biopolitique qui relève de l'administration du vivant, et cela concerne bien sûr les forces militaires – aussi le texte articule-t-il une triangulation entre économie, militarisme et culture. Heys défend aussi une idée très originale, soit que l'art dit

d'avant-garde serait plus représentatif d'un esprit national que les productions culturelles de masse (pop). Il ouvre aussi à une question terrible, soit celle de savoir si les militaires produiront eux-mêmes des œuvres.

Pop : 0/1. Quelle pop, pour qui ? pour quel peuple ? Une culture étendue sur la toile d'un code vide, d'abord numérique, où s'enclenchent toutes les circulations – qu'est-ce à vrai dire ? Le nouveau pop se tourne dans un monde de l'art marqué par l'économie et la raréfaction, mais aussi par une administration fluide et intuitive du vivant, par une domesticité spirituelle. C'est ce que nous avons cherché à aborder ici, dans ce numéro sur les nouveaux usages du pop.

Patrick Poulin



Patrick Poulin documente présentement en format littérature HD la vie de quelqu'un qui n'a jamais vécu. Il a un baccalauréat en Philosophie, une maîtrise et un doctorat en Littérature comparée. En plus d'être membre du comité de rédaction et de collaborer à *ETC*, il participe à la revue *OVNI*, et a publié un récit aux Éditions du Quartanier, *Morts de Low Bat*. Il enseigne au cégep Montmorency.

Notes

- 1 Le rhizome dans ce contexte serait bien plus un effet d'optique où loge pragmatiquement une « racine réticulée ».
- 2 Wittgenstein : « Il me semble qu'une foi religieuse pour-

rait n'être qu'une sorte de décision passionnée en faveur d'un système de référence. » (*Remarques mêlées*.) Le nihilisme en cause serait donc une sorte d'indécision dans un climat de neutralité, une incapacité à décider d'un système de référence (ce qui s'accorde avec plusieurs sortes de ludisme) – exactement comme le souhaite Richard Rorty dans *Contingency, Irony and Solidarity*.

3 Cf. *Notes on metamodernism*, blogue de réflexion sur le « métamoderne » (<www.mtmdrn.blogspot.com>).

4 Cf. McKenzie Wark, *Gamer Theory*.