

**Cary Leibowitz**  
*Candyass ou de la difficulté de grandir*  
**Cary Leibowitz**  
*Candyass, "Being a grown-up is hard"*

Athena Paradissis

Number 22, Winter 1993

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/191ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Le Centre de diffusion 3D

ISSN

0821-9222 (print)

1923-2551 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Paradissis, A. (1993). Cary Leibowitz : *Candyass* ou de la difficulté de grandir / Cary Leibowitz: *Candyass*, "Being a grown-up is hard". *Espace Sculpture*, (22), 41–45.

Cary Leibowitz, Candyass  
Galerie Samuel Lallouz, Montréal  
29 septembre – 4 octobre 1992

« Alors ils partirent  
ensemble. Peu  
importe où ils  
vont, ce qui leur  
arrive en cours de  
route, dans cette  
forêt enchantée,  
un petit garçon et  
son ours  
continueraient  
toujours à jouer. »

— A. A. MILNE  
The House at Pooh Corner

Nous pouvons nous leurrer en croyant que le mensonge est vérité. Cela peut même devenir un mode de vie. Un fait.

Sur la plaque, au-dessus du tombeau de Geoff (nom fictif), on lit cette inscription : «S.V.P. donnez à la Société canadienne du cancer». Geoff a été emporté par le cancer...

Il avait fait ses études dans des collèges privés, était devenu avocat, avait fréquenté des filles magnifiques. Il conduisait une BMW et rejetait tout ce qui sortait des cadres bourgeois de la normalité. Son attitude relevait de l'intolérance, et il prônait un conservatisme de droite.

Telle était sa vie officielle. Sa vie secrète par contre, la vraie peut-être, se résume en trois mots : il était gai! À l'hôpital, il recevait la visite de ses amis. Des amis dont je n'avais jamais entendu parler auparavant. À l'époque où il suivait ses traitements chimiothérapeutiques, il me parlait des endroits qu'il avait visités, des choses qu'il avait faites, d'événements qui ne correspondaient pas à ce qu'il était, à ce que je croyais qu'il était. Officiellement j'étais son meilleur ami. En réalité, je n'existais pas. L'histoire de deux vies. Cendrillon

quo. L'industrie cosmétique a connu un succès retentissant en véhiculant des stéréotypes du genre «je-voudrais-ressembler à cette cover-girl», personnifiée par Christie Brinkley. L'amoralité cynique de cette époque a remplacé l'univers idyllique des Waltons à la télévision par celui des Cosby, sophistiqué et urbanisé. C'était l'ère de prospérité de Reagan, celle des yuppies où tout le monde, même les minorités, avait droit à un *beau gros morceau de tarte aux pommes* !

Cette idéologie du glamour a donné naissance à de nouveaux idéaux, plus proches de la récession galopante des années quatre-vingt-dix : la commercialisation de la laideur et des indésirables, incarnés par Roseanne Barr, The Simpsons, The Adamms' Family (re-ressuscitée), et par l'engouement du public non plus pour les mariages princiers mais pour les déboires de la Royauté. Même la vie de famille devient désuète (au grand désespoir de Bush), tandis que les reprises du Cosby Show sont incapables de compétitionner avec l'idolâtrie Murphy Brown.

Mais voyez ce "Joe Blow" qui se débat pour se maintenir à flot en essayant de se reconforter :

## Cary Leibowitz, Candyass

### ou de la difficulté de grandir

Athena Paradissis

(Traduction : N. Bernatchez. Original version p. 44)

« Les fillettes  
sont mignonnes  
et petites  
uniquement  
pour les adultes.  
Pour l'une et  
pour l'autre elles  
ne sont pas  
mignonnes. Elles  
sont grandeur  
nature. »

— MARGARET ATWOOD  
Cat's Eye

déteste ce qu'elle est, mais elle a la chance d'avoir une marraine qui métamorphose l'humble servante en une princesse éblouissante. «Maintenant tu me vois, maintenant tu ne me vois pas». C'est l'éternelle rengaine, que Leonard Cohen rend bien lorsqu'il chante : «pour toi, je porterai même un masque». Une attitude omniprésente créée de toute pièce par les grands magnats de la culture et qui se résume à ceci : ce que vous êtes et là d'où vous venez ne suffit pas et, à tout le moins, vous pourriez faire mieux si seulement...

Dans la *génération fleurie* des années soixante, on était bombardé de chansons qui affirmaient sur tous les tons la nécessité "d'être moi". Les années soixante-dix furent celles de l'avènement du féminisme, avec tous ces discours et ces débats sur la publicité sexiste qui valorisait un idéal irréaliste et dégradant. Quant à la décennie quatre-vingt, elle a interrompu abruptement toute prétention à se pencher et à s'attarder sur son moi intérieur. Prétention puisqu'il n'a pas fallu beaucoup de temps pour que les enfants turbulents du *flower power* deviennent des professionnels pré-occupés par l'argent et enclins à favoriser le statu

«ma vie n'est pas si terrible, après tout, comparée à la leur». Voyez cette mère monoparentale qui, tout en élevant sa famille, essaie de s'encourager en imaginant qu'elle pourrait s'en sortir : «si seulement j'avais une carrière lucrative». Ou encore, cette belle femme qui attend patiemment à la maison que son prince charmant, Richard Gere, survienne et la délivre de sa vie de prostituée... Et nous revoici encore au même point, en train de chercher des solutions en dehors de nous-mêmes. Dans les années quatre-vingt-dix, la seule chose qui ait changé c'est que l'objet de convoitise n'a plus besoin d'être parfait.

Il y a aussi ce qui se nomme l'art pathétique de Cary Leibowitz, qui renverse la notion de projection du moi (projection dans quelque chose/en quelqu'un d'autre). S'appropriant des hantises courantes (dans ce cas-ci les siennes propres), il les re-structure pour en faire un art du narcissisme. En d'autres mots, c'est sa propre obsession égocentrique qu'il transforme en objet; il manipule l'art du narcissisme auto-générateur et en fait un outil qui le protège de sa propre identité marginale.

L'exposition à la Galerie Samuel Lallouz relève de l'installation et non de l'autobiographie. En présentant la haine de soi comme un portrait de soi, Leibowitz dissocie l'artiste de l'art pour que les obsessions (non plus seulement les siennes propres) s'intègrent dans le courant dominant de ce qui est acceptable, voire même respectable. L'installation n'a rien à voir avec une quelconque révélation, ou une exhortation à cesser le mensonge pour commencer à admettre la vérité. L'artiste n'est pas moins lâche que le public de l'exposition. Pire encore, il exploite le besoin inné que l'on a de se projeter dans un idéal (ou un anti-idéal), lequel est commercialisé massivement par les chefs de file de la culture. Et il l'exploite en se présentant lui-même comme l'ultime marchandise qui, comme son public lui-même, peut être "achetée".

Pour accentuer cela, il a suspendu une pancarte à l'entrée de la salle d'exposition sur laquelle on peut lire : "ATERRAIN À VENDRE/ALOT FOR SALE — APPLY TO SAM LALLOUZ. (Un jeu de mots anglais avec "a" et "lot" qui, jumelés, se lisent comme un seul mot). Contactez Sam Lallouz, le propriétaire de la galerie, l'homme qui vend l'art comme une marchandise. Et tout ce que présente l'installation est à vendre : les biberons, les ballons de football, les bannières, et les écriteaux remplis de messages. La plupart des objets sont signés et offerts à un prix ridiculement bas. Sous-jacent et relié à cette production d'images commercialisées comme une denrée désirable, il y a ce constat social "qu'il est difficile de grandir". C'est la dure réalité qu'on appelle la vie, un combat qui laisse peu de place pour l'évasion.

Dans la tendre enfance, les livres et les films nous proposaient un type d'évasion des plus fantaisistes, la fuite et la liberté dans des palais et des forêts enchantées. Une approche bien illusoire qui ne tient pas compte des côtés plus sombres de l'enfance. L'héroïne conçue par Margaret Atwood, dans *Cat's Eye*, passe son âge adulte à essayer de se libérer de l'angoisse causée

par ses "meilleurs amis" d'enfance. Dans *Lord of the Flies*, Piggy devient, à cause de son obésité, la bouc émissaire de son entourage. L'enfance, tout comme l'âge adulte, exige qu'on se conforme à la norme que la culture populaire définit comme acceptable.

Peu importe la façon dont on l'envisage, c'est la culture populaire qui dicte la norme dominante. Cette influence est omniprésente dans nos vies, et elle se retrouve à tous les niveaux, incluant les échelons "supérieurs" de la politique. Le politicien américain Dan Quayle sent que sa conception même des valeurs américaines est menacée par le personnage fictif de Murphy Brown. Dans les années quatre-vingt, on se pavane coiffé comme la princesse Diana, tandis que Madonna nous incite à arborer des sous-vêtements; dans les années quatre-vingt-dix, les enfants rejouent le scénario de *Home Alone*, et Oliver Stone rassure les Américains en affirmant qu'il n'est plus anti-patriotique de croire à la théorie de la conspiration dans l'assassinat de JFK.

Dans un article intitulé *The Cultural Elite*, paru récemment Newsweek Magazine, l'auteur décrit le procédé employé dans le "marketing" des idées. Il cite en exemple le mythe de l'homme sauvage déclenché par le livre de Robert Bly, *Iron John*. Le procédé fonctionne ainsi : dans les années quatre-vingt, Bly incite les hommes à explorer leur masculinité. À l'automne quatre-vingt-dix, on publie *Iron John* qui est aussitôt propulsé dans la liste des best-sellers : pour les hommes, retrouver la vie à l'état sauvage devient donc à la mode. À l'été de 1991, *L'homme sauvage* fait la une du magazine Esquire, tandis que le Newsweek pose la question : *Que veulent vraiment les hommes?* À l'automne suivant, ce nouveau "mouvement" des hommes alimente des émissions de télévision comme *Murphy Brown* et *Star Trek — The Next Generation*.

L'influence de la culture populaire sur la perception qu'on a de soi est bien présente dans l'art de Leibowitz. Sur une plaque, il écrit : *Chaque soir, il rêvait qu'il se réveillait en étant quelqu'un d'autre... qu'il nettoyait son pupitre à l'école... qu'il faisait tout ce qu'on lui disait, au moment même où on voulait que ça soit fait... qu'il ressemblait aux autres garçons, plus spécialement à ceux du petit écran. Par-dessus tout, son pénis se durcissait constamment, et bientôt, quand il irait au secondaire, tous les enfants se moqueraient de lui.*

Le thème de la sexualité joue un rôle déterminant dans l'art de Leibowitz. Pour la plupart d'entre nous, c'est par la sexualité que nous définissons notre propre identité. La puberté provoque un état de malaise : il se produit des changements embarrassants au niveau du corps et la conscience de soi s'éveille. Le personnage dans le livre d'Alice Munroe, *Lives of Girls and Women*, affirme : « Tout ce qu'on découvre sur le sexe apparaît de plus en plus comme carnavalesque, quelque chose qui nous fait rire ou nous rend malade, ou comme on dit, rire à en devenir malade. Et de nos jours, on ne discuterait jamais de cela. »<sup>1</sup> Cette idée de relier carnaval et sexualité est une notion intéressante que Leibowitz récupère.

Il nomme son installation *Candyass* (littéralement "bonbon" et "cul"), un terme pervers qui, dans le contexte de son homosexualité, devient effrontément suggestif. En outre, la perversité est souvent associée à l'idée de carnaval. Il accentue cette dimension en présentant un dispositif surréaliste fait d'associations et de dissociations qui trouve son point culminant dans l'étrange. Les ballons de football, qui par leur couleur et leur texture ressemblent à des boules d'ouate, s'alignent le long du mur et donnent à lire les mots *Candyass* et *Sissy*. Des fanions de collège sont suspendus au mur : *Go Fags!*, signale l'un ; *Homo State!*, proclame l'autre. Dans un cadre, une carte (semblable à celles que l'on trouve dans les paquets de gomme), présente "The New Kids on The Block". Sur les visages de ces "parfaits" Américains, l'artiste a collé le visage d'Ernest Hemingway, le mâle par excellence, que son machisme a rendu presque aussi célèbre que ses écrits.

Le carnaval en plus permet une échappée vers un autre univers où la norme ne constitue pas un critère. C'est un lieu où la différence est acceptée, où les handicapés physiques et les marginaux peuvent avoir leur place. Les nains sont propulsés dans les airs par des canons, et l'obèse peut justifier son existence en marchandant son "imperfection". Celle-ci devient un record universel que l'on identifie par un slogan impressionnant : L'Homme le plus gros de la terre! Au cinéma, ce côté pervers de l'anormalité est incarné par les anti-héros de Batman que sont le Joker et le Pingouin, des parias de la société. Que l'on soit un enfant ou un adulte, la reconnaissance et le succès dépendent en grande partie de l'apparence extérieure, de la façon d'être et d'agir.

L'art de Leibowitz explore nos peurs les plus profondes, sur notre sexualité, sur notre paranoïa, celle de ne pas être accepté. Dans son art, cela se présente à deux niveaux : homosexuel, hétérosexuel. La crainte du rejet s'accroît quand on s'écarte des normes établies. Dans une société où le langage péjoratif est couramment utilisé pour étiqueter les marginaux, on peut aboutir facilement à se haïr soi-même. *Fag! Homo!* Des sacs d'épicerie roses sur lesquels est imprimé le mot *Vomi*; des pantalons avec, cousus à l'arrière, les mots *Botte-moi*; des slogans comme *Tous les jours je planifie ma mort*, *Une vie de peur*. Et quoi encore!... Pour le jeune qui grandit (pour l'enfant qui expérimente ses premières émotions homosexuelles), la télé, les livres, les revues, tout concorde à encourager une masculinité rustre qui doit conquérir le sexe opposé; sans oublier de mentionner le rôle dévolu à la "femme idéale". Il n'est donc pas étonnant que les gais qui cachent leurs tendances (restent dans le placard) deviennent souvent en public des homophobes notoires, endossant ainsi l'ultime masque de la haine de soi.

Cary S. Leibowitz, *Installation "I love..." series*, 1989-1992. Bois peint / Latex on wood, 30,48 x 40,64 cm. Courtoisie de la Galerie Samuel Lallouz, Montréal.

I  
LOVE  
GERHARD  
RICHTER

I LOVE  
JACKSON  
POLLOCK

i  
LOVE  
Bruce  
NAYMAN

I LOVE  
SHERRIE  
LEVINE

I LOVE  
marcel  
Broodthagers

I  
LOVE  
YVES  
KLEIN

*Ne me hais pas parce que je suis médiocre*, peut-on lire sur une affiche de l'exposition ; *Tu aimeras toujours plus Marky Mark que moi*, proclame une autre (Marky Mark, le chanteur de "rapp" dans les annonces de Calvin Klein). Une expression des peurs universelles (homo-sexuelles et hétérosexuelles), vécues par l'enfant, l'adolescent, et l'adulte. L'enfant craint le rejet de ses parents ; l'adolescent est étouffé par des images de perfection — le visage, le corps, les êtres parfaits contre lesquels on ne peut se mesurer ; l'adulte expérimente la peur de perdre son amant au profit d'un autre qui serait plus désirable (un "dieu", selon Leibowitz). C'est la crainte de voir qui nous sommes véritablement au-delà de nos masques, celle de ne pas être accepté sans ce masque. Nous

vivons dans une société où la fourberie fait la une du Time Magazine : *Mentir pourquoi pas, tout le monde le fait (honnête)*. Et la phrase est illustrée par un quidam à lunettes qui pourrait être n'importe qui.

Je reviens à la description de l'art de Leibowitz, envisagé comme un art du pathétique. Sur une enseigne, l'artiste écrit : *Il "è" deux choses que "g" à surveiller pour le restant de ma vie... mon poids et mon racisme*. Plus loin : *Je suis une personne misérable et égoïste*. Le spectateur est assailli de toutes parts de messages reliés à l'ego, qui, ironiquement, renvoient à ses propres préoccupations. Une obsession démesurée du moi où les facteurs et influences extérieures sont tous perçus en relation au moi : un art du narcissisme créé pour un public narcissique. Et c'est cela qui est pathétique.

En voyant tout cela, je ne peux m'empêcher de penser à Geoff. L'officiel et l'officieux. À la fin de sa maladie, nous nous sommes éloignés l'un de l'autre : trop de vérités entre nous et trop tard. Dans ma tête, je nous imagine ensemble riant comme nous le faisons jadis, il y a une éternité de cela. Nous n'avons pas grandi. ◆

## CARY LEIBOWITZ, CANDYASS

### *"being a grown-up is hard"*

*"So they went off together. But wherever they go, and whatever happens to them on the way, in that enchanted place on top of the Forest, a little boy and his bear will always be playing."*

— A.A. MILNE  
*The House at Pooh Corner.*



*"Little girls are cute and small only to adults. To one another they are not cute. They are life sized."*

— MARGARET ATWOOD  
*Cat's Eye.*

You can fool yourself into believing that a lie is the truth. It can become a way of life. A fact.

The plaque next to Geoff's coffin (not his real name) said "Please give to the Canadian Cancer Foundation". Cancer was Geoff's official disease. He was educated in private schools, he became a lawyer, he dated beautiful girls, he drove a BMW, he was "anti"-everything that strayed from upper-crust normality. His were the politics of unacceptance, the staunch right of right-wing conservative. This was his official life. His unofficial life, and perhaps his real life, could be summarized in three words: he was gay. While in the hospital, friends would come to visit him. Friends I'd never heard of before. During his chemical moments, he would tell me of places he went to and things he did, stories that were disconnected from who he was. Who I thought he was. Officially, I was his best friend. Unofficially, I did not exist.

The story of two lives. Cinderella hates who she is but she's lucky because she's provided with a fairy godmother who transforms her from homely servant to dazzling princess. It's the classic "now you see me, now you don't" syndrome vocalized by Leonard Cohen, *I'll even wear a mask for you*. This pervasive idea was

manufactured by the dons of culture, that who you are and where you come from isn't good enough, or, at the very least, you could do better if only ... The 60s were bombarded with flowery sing songs of I gotta be me ; the 70s saw the advent of feminism, accompanied by courses and discourses of how sexist advertising iconed an ideal which was unrealistic and demeaning ; the 80s put an abrupt brake to any pretense of concern with the real self.

Pretense, because it didn't take long for the naughty flower children to bloom into adults with money-oriented professions, who supported the status quo. The cosmetics industry rocketed to success with images of the I-wish-I-could-look-like-her cover girl personified by Christie Brinkley. With unabashed amorality, the 80s replaced the country do-gooder Waltons with the sophisticated, urbanized Cosbys. It was the Reagan era of prosperity and yuppiedom where the big chunk of apple pie was available to all — even minorities.

As a successor to this ideology of glamour and beauty, a worship of a new ideal emerges more in line with the recession-ridden 90s: the successful marketing of the ugly and undesirable manifested by Roseanne Barr, The Simpsons, The Addams' Family (re-awakened from the dead) and the unsatiable public interest in Royal screw-ups that once were Royal marriages. Even family life is out (much to Bush's chagrin) as the Cosbys become boring re-runs unable to compete with the idealized Murphy Brown. See the ordinary trying-to-keep-ahead Joe Blow comfort himself: "my life isn't so bad, look at theirs." See the single mother trying to raise a family encourage herself: "If I could only get myself a lucrative career, we'd get through this." Or maybe the pretty woman sits at home, waiting for Prince Charming Richard Gere to come and rescue her from a life of prostitution. And there it is again — the looking outside oneself to figure out oneself. In the 90s, the only thing that has changed is that it is no longer necessary that the object of worship be perfect.

Then there's the so-called pathetic art of Cary Leibowitz, who has reversed the projection of the self (projected onto something/someone else) by appropriating personal hang-ups (in this case his own) and restructuring them into the art of the narcissistic. In other words, he takes the egotistic obsession with the self and transforms it into a commodity. As such, the art of the narcissistic, the self-engrossed, is manipulated and altered by Leibowitz into an instrument which shields him from his own unconventional identity.

This is an art installation, not an autobiography. By presenting self-hatred as self-portrait, Leibowitz separates artist from art so that the hang-ups (not so much his anymore) assume a certain mainstream acceptability, even respectability. It isn't about truthful revelation, or a moral admonishment to stop pretending and start admitting. Leibowitz is no less coward than his audience. Moreover, he exploits the human need to project oneself onto an ideal (or an anti-ideal) marketed by cultural leaders for mass consump-

tion by presenting himself as the ultimate commodity which, like his audience, can be bought.

Emphasizing the point, a sign hangs at the entrance of the exhibition room: "ATERRAIN A VENDRE/A LOT FOR SALE — APPLY TO SAM LALLOUZ." It's a double play on the English word, which, jumbled together, is read as one. Apply to Sam Lallouz, the gallery owner, the man who sells art as a commodity. Everything in the installation is for sale. Baby bottles, footballs, banners, signs inscribed with messages — most are signed and all are priced ridiculously low.

Underlying and interconnected to the issue of images marketed as desirable commodities is the sociological fact that "growing up is hard." It's about the harsh reality called life which, when dealt with directly, leaves little room for escape.

In early childhood the kind of escape reflected in children's books and movies involves fantasies of running away and living free in enchanted forests and palaces. This hope, however, proves illusionary and is oblivious to the darker side of childhood. In *Cat's Eye*, Margaret Atwood's protagonist spends her adulthood trying to overcome the angst caused by her childhood "best friends." In *Lord of the Flies*, Piggy is victimized by his peers because he is overweight. Childhood, like adulthood, demands that you rise to the standard which popular culture deems acceptable.

Any way one looks at it, popular culture dictates the norm. So pervasive is this influence it reflects itself in every facet of our lives, including the "higher echelons" of politics. Dan Quayle feels that his perception of American values is threatened by the fictitious Murphy Brown. In the 80s, everyone paraded a Princess Di cut and Madonna told us that it's o.k. to wear underwear as outerwear; in the 90s, kids repeat the script of *Home Alone* and *Oliver Stone* reassures Americans that it is no longer unpatriotic to believe the conspiracy theory on JFK's assassination.

In a recent article entitled *The Cultural Elite*, Newsweek Magazine describes the working process of the "idea chain". It cites as an example the wild man phenomenon triggered by Robert Bly's book, *Iron John*. The chain goes something like this: In the 80s, Bly urges men to explore their masculinity — in the fall of 1990, *Iron John* is published and immediately rockets to the best-seller lists — wilderness retreats for men become the fad — in the summer of 1991, *Esquire Magazine's* front cover flashes *Wild Men*, while *Newsweek Magazine* asks, *What Do Men Really Want?* — in the fall of 1991, the man's movement hits t.v. shows like *Murphy Brown* and *Star Trek — The Next Generation*.

The influence of popular culture on self-perception infiltrates Leibowitz's art. On a plate he writes: "— he did wish every night that he would wake up and be anybody else ... to clean his desk in school — to do whatever anyone told him to do — When they wanted it done ... he wanted to look like the other boys — especially the ones on T.V. — and on top of everything his penis was getting

*hard all the time and next year in junior high all the kids would make fun of him."*

Interconnected to this issue of culture is the theme of sexuality which plays a dominant role in the art of Leibowitz. For most of us, sexuality is pivotal to our self-identity. Puberty is an awkward stage, one in which the body experiences embarrassing changes and an awakening of self begins. States the protagonist in Alice Munro's book, *Lives of Girls and Women*, "everything we found out about sex made it seem more and more like a carnival for us to laugh or get sick at, or as we used to say, laugh ourselves sick. And now we would never talk about this at all."<sup>1</sup>

The idea of carnival as related to sexuality is an interesting one not ignored by Leibowitz. He calls his installation *Candyass*, a perverse name which taken in the context of his homosexuality, is forwardly suggestive. Moreover, perverse often proves analogous to carnival. Encouraging this is the surrealist play on association and disassociation which culminates in the weird. Footballs resembling nerfballs, both in colour and texture, line up against the walls, the words "Candyass" and "sissy" on them. College banners hang on the walls. "Go Fags!" one encourages. "Homo State," another proclaims. In a frame, a card (the kind found in chewing gum packages) depicts one of *The New Kids on The Block*. Superimposed upon the face of the all-American, clean cut-kid is the face of the Man amongst men, Ernest Hemingway, whose machoism earned him almost as much fame as his writing.

As well, carnivals offer the escape of another world in which the norm is not the criteria. It's a place where the different can fit in with the physically distorted and mentally unconventional. Dwarfs get thrown out of cannons and the obese man in the corner can justify his existence by marketing his imperfection as a universal triumph heralded by impressive acclamations such as, "The Fattest Man in The World". In movies, the perversity of abnormality is best portrayed by *Batman* anti-heroes *The Joker* and *The Penguin*, both exiled from mainstream society. As in childhood, in the world of adults acceptance and success demands that you look, act, and be a certain way.

Leibowitz's art explores our darkest fears about ourselves, our sexuality, our paranoia caused by the fear of unacceptance. In Leibowitz's art, this works on two levels. Homosexual. Heterosexual.

The fear of unacceptance becomes magnified when a straying from the norm occurs. In a society where derogatory vocabulary is liberally and unsparingly used on those who don't fit in, it can lead to self-hatred. "Fag," "Homo," pink shopping bags with the word "vomit," a pair of pants with the letters "kick me" sewn on the back, a sign with the message, "I plan my death everyday", "a life of fear". What's more, for the child growing up (the child who experiences feelings of homosexuality), t.v., books, magazines, all endorse a rugged masculinity which conquers the opposite sex, not to mention the role of ideal female. Is it any wonder that "closet gays" are

often active public homophobes? — thus they enact the ultimate projection of self-hate.

"Don't hate me because I'm mediocre," one sign reads, "You will always love Marky Mark more than me," states another (Marky Mark the rapper scheduled to appear in Calvin Klein ads in November). Expressions of universal fears (homosexual and heterosexual) are experienced by the child, the adolescent, the adult. The child is afraid of rejection by its parents; the adolescent is suffocated with images of perfection — the perfect face, the perfect body, the perfect being with which few can compete; the adult experiences the fear of losing a lover to another more desirable (Leibowitz's "God"). It is our fear of who we really are underneath the mask we wear and the fear of unacceptance without the mask. We live in a society where deceit makes the front cover of *Time Magazine*. "Lying, Why not, everyone's doing it (honest)." The header is complimented by a man wearing eye glasses, anonymous and distant. He could be anybody.

I return to the description of Leibowitz's art as the art of the pathetic. On a big sign, Leibowitz writes: "there R two things I need too watch 4 the rest of my life ... — my weight and my racism." On another, he writes, "I am a selfish and miserable person." All around, the viewer is assaulted with messages absorbed with the self which, ironically, reflect the viewer's own preoccupation. It is an obsession with the self so great that exterior influences and factors are perceived only in relation to the self. It is the art of the narcissistic created for the narcissistic audience and that's what's pathetic.

Looking at all of this I can't help but think of Geoff. The official. The unofficial. Towards the end of his illness, we drifted apart, too many truths between us too late. In my mind, I picture Geoff and myself together, laughing like we did an eternity ago. We are not yet grown up. ♦

1 Alice Munro, *Lives of Girls and Women*, Toronto, The New American Library of Canada Limited, 1971, p. 156.