Zeitschrift: Parkett : the Parkett series with contemporary artists = Die Parkett-Reihe mit Gegenwartskünstlern

Herausgeber: Parkett

Band: - (2000)

Heft: 58: Collaborations Sylvie Fleury, Jason Rhoades, James Rosenquist

Artikel: Sylvie Fleury : from Lacan's drive to rodeo drive : marketing and minimalism in Fleury's fictional feminity = von Lacans Trieb zum Rodeo-Drive : Marketing und Minimalismus in Fleurys Fiktion der Weiblichkeit

Autor: Dannatt, Adrian / Parker, Wilma

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-680030

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 07.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

SYLVIE FLEURY

From Lacan's Drive to Rodeo Drive

Images and symbols for the woman cannot be isolated from images and symbols of the woman. – Jacques Lacan[1)]

Increasingly, context is content itself and our interpretation of all forms of culture depends on the where and why of how we come across it. This is as true for journalism as any of the subjects it may deal with, for we hold very different expectations of a "text" in a tabloid newspaper and one in a book of poems. The work of Sylvie Fleury depends on the context of where her work is encountered, its meaning and resonance altering according to whether seen in a museum, private house or catalogue. Likewise each piece of prose about Fleury would be presumed to be different depending on precisely where it appears. As Fleury's work is about the different registers that exist between a variety of cultural spaces, it would be rewarding to replicate such variations within this context. One would, sadly, no longer automatically assume that one such text would be more intelligent or sophisticated than the other but would still rightly assume their tone and nature to be different. Likewise Fleury's work does not appear less or more frivolous or profound depending on where it is seen but each separate location calls for a new "reading" of its meaning. Curiously, on the occasions that I have actually suggested writing on Fleury to large circulation fashion publications, their commissioning editors responded that her actual art was simply too close to fashion. Unlike Tom Sachs (who coincidentally has also produced versions of Mondrian paintings), who actively sculpts and transforms fashion packaging and is regularly featured in the non-art press, Fleury's work is too minimal, too simple to be understood as "art" by mainstream fashion magazines. Fleury does not "do" enough to her materials for them to be considered art outside avant-garde circles. It is pleasing to note that such radicality can still exist in this era of easy cultural acceptance. These editors understood that to feature Fleury's work, say an image of one of their own magazine covers blown-up on the wall of a gallery, would be to close the loop in a manner both confusing and ultimately subversive. Similarly, whilst Fleury creates her "Gucci Satellite" art out of Gucci imagery, Tom Ford, the creative director of Gucci and an active art collector, is himself interested in high modernist abstraction as deployed by artists such as Ellsworth Kelly, Myron Stout, Rothko, and Pincemin. Ford would see his choice of art as reflecting the sources of his own aesthetic in a hierarchy. The visual artist, at the highest point of creativity, is the originator of a certain way of looking at the world then utilized by others on lower levels of the aesthetic food-chain such as designers, advertising directors, etcetera. It is precisely this hierarchy that Fleury sabotages, proposing that commercial images can be more resonant and influential than a fine artist's oeuvre. For example Sol LeWitt's design for Nina Ricci perfume packaging is not automatically more important than, say, a Christian Lacroix bag merely because the former is by a well-known "artist" and the second remains anonymous. The complex dynamics of this exchange between high art and fashion merchandising might be illustrated by the example of Bridget Riley, a perfect model of this process. Her "Op Art" black and white paintings were considered avant-garde until adopted wholesale by American fashion designers and retailers who deployed versions of her signature strobe on

ADRIAN DANNATT is currently a New York correspondent for both *The Art Newspaper* and *Flash Art International* and a Contributing Editor of *Lacanian Ink*, the journal of Lacan studies.

Marketing and Minimalism in Fleury's Fictional Feminity

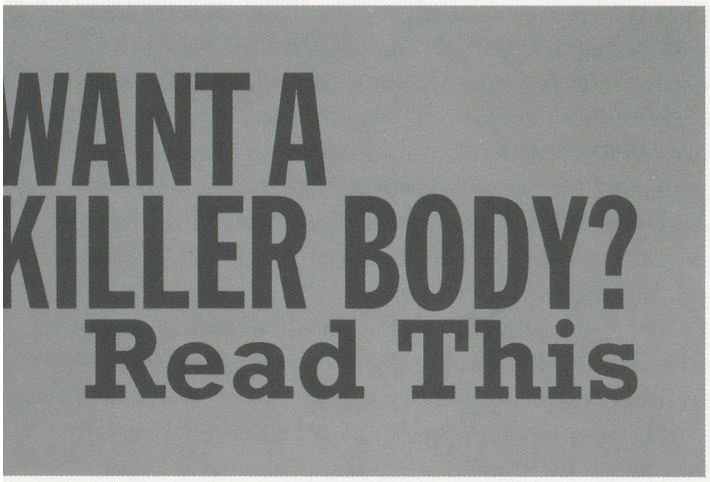
ADRIAN DANNATT

everything from dresses to window displays. This mass exposure reduced her work to a cliché overnight and led her to be treated far less seriously in the art world of that time. Now if Tom Ford expresses an interest in her paintings of that period, it is because they have been retrospectively validated by the attention and excitement they generated when first exhibited, including their adoption by the fashion business. The status of these Riley paintings depends on how they entered the mass market, from print adverts to billboards, as signifiers of the "modern" as well as their own intrinsic merits. Indeed this ersatz, populist style of "modern" or "moderne" living has been a direct influence on Ford's own designs for Gucci. Hence the gap between low rag trade and high plastic arts which Fleury seeks to dissolve is actively maintained by those within fashion. They are committed to preserving an important difference between such spheres of creativity, and still want to believe the myth of the genius artist whose work filters down into the mainstream. Instead Fleury proposes we elevate mainstream products to the status of art and thus subvert this supposed chain of influence. Fleury is attracted to many aspects of popular culture, not just the manifestations of fashion. Her use of various tropes of American masculinity, from stock car insignia to smashed Cadillacs and silver hub caps of roadsters, suggests deliberate blurring of gender signs and symbols. It is as if Fleury paraphrases Lacan's thesis that for the male "the whole of his realization in the sexual relation comes down to fantasy,"[2] and she presents a disembodied fantasy playing on both male and female cliché. The fantasy that sustains both shopping for clothes and racing cars, fantasies usually divided into male and female, is deployed by Fleury without figuration. The continually missing figures of all her tableaux posit a genderless realm of sheer "drive" (pun intended) linked to both consumption and libido. Fleury proposes an ultra-femininity made out of overt signifiers of both masculinity and its opposite. As Jacqueline Rose puts it, "For Lacan, masquerade is the very definition of 'femininity' precisely because it is constructed with reference to a male sign."[3] Indeed Fleury's series of amiably amateur rockets entitled *First Spaceship on Venus* hilariously critiques the male mythology and methodology of both technical, scientific ambition and the phallic focus of the psychoanalytic profession. These phallic yet overtly childlike rockets, decorated with Chanel quilting, conflate male and female signs in a playful alternative to the erection of permanent gender definition.

Fleury takes pleasure in less mainstream forms of popular culture, not least rock and roll, motorbikes, and stock-car racing, and shares this taste for extreme Americana with her fellow Swiss artist and sometime collaborator Olivier Mosset. Mosset now lives in Tucson, Arizona, where he can indulge his penchant for bikers, cowboys, Old Glory, and the open highway. Curiously enough, much of this iconography, which we now consider inherently American, was first deployed by the photographer Robert Frank, yet another Swiss whose influential work created a whole vocabulary of American signs and symbols.

That fashion shopping can be construed as both frivolous reduction ad absurdam of feminine acquisitiveness but also as a liberating and empowering process is much to the fore in post-feminist discourse. Mouna Ayoub, the world's greatest couture

customer who spends one million dollars a year on her clothes, observed recently, "I hate it when people ask me what I need for a season. No one needs couture! Who needs a Picasso? I don't know anyone who could not live without a Picasso. You don't need it. You want it." In this interview Ayoub also makes clear the potential sense of power that resides in the mere possession of clothes, "I was told for 19 years I was stupid. Having different dresses helps me cope. The couture makes me feel beautiful and strong."[4] Likewise the psychoanalyst Juliet Mitchell, writing on the baby or infant's longing, could be describing the entire psychological apparatus of the shopping virus, the drive to consume in expectation of a final, definitive satisfaction. "The object that is longed for only comes into existence as an object when it is lost... Thus any satisfaction that might subsequently be attained will always contain this loss within it. Lacan refers to this dimension as 'desire.' Desire only exists because of the initial failure of satisfaction. Desire persists as an effect of primordial absence and it therefore indicates that, in this area, there is something fundamentally impossible about satisfaction itself."[5] The central misinterpretation of Sylvie Fleury's oeuvre is that she in some way subverts or twists the systems of fashion with which she works, that her approach could be likened to the "detournement" beloved of Situationists. Terms such as "hijacking," "appropriating," and "undermining" are often used in discussions of Fleury when in fact her work is entirely radical and genuinely subversive precisely because she does absolutely nothing at all with her material, refusing the standard obligations of craftsmanship, imagination, or even aesthetics. Rather, Fleury represents her desire precisely as it is a far more interesting strategy of ultimate passivity, not unlike Lacan's slave/master relationship whereby the slave's freedom depends precisely upon a position of submission and resignation to the order of power. It must be understood that there is not the slightest critique, analysis, or satire involved in Fleury's presentation of her shopping bags or display of shoes and their boxes; this is her shopping presented as it is, and the radicality of this act is precisely in its divorce from any intention or argument, political, social or cultural. This strategy may be as disturbing as Donald Judd's vision of a new art based on absolute anti-emotion. In fact Judd's sensibility seems, in some weird, insane and impossible manner, akin to Fleury's, both of them attracted to artificial, shiny and fetishistic materials, both utterly opposed to Romantic formulas of nature and naturalism, to the ideal of "authenticity." "Things that exist exist, and everything is on their side."[6] Judd's formula perfectly describes Fleury's own project in which "thingness" is allowed to resonate by itself without further intervention.



SYLVIE FLEURY, WANT A KILLER BODY?, 1997, acrylic on canvas, 23⅝ x 39⅜" / Acryl auf Leinwand, 60 x 100 cm.

Of course few artists can maintain such difficult independence for long and it must be admitted that Fleury's slow descent into the task of creating "art objects" is less felicitous than her earlier altogether more structural work which bore no stigma of an artist's hand. Of course originality is no longer an issue to any artist, as Fleury's neo-parodies of everyone from Mondrian and Gober to Kosuth, Nauman, or Fontana make quite clear.

And if Fleury's compressed pink car SKIN CRIME 2 (1997) is the direct daughter of John Chamberlain's MISS LUCY PINK (1963), nobody seems to mind the family resemblance. By abandoning any pretense of originality, Fleury again undermines a set of preconceived rules in the art world, the first of which regards effort and integrity, the idea that art is obliged to take time or energy to be effective. Fleury

suggests art can be liberated from its reliance on constant innovation and complex physical formulation and relax instead into a sort of ne plus ultra of laissez faire "whateverism" which ups the ante on American "Slacker" culture's aesthetic of resignation. This aspect of Fleury is captured by titles of group shows she has participated in, such as "Invisible Touch," "Insignificant," and "Nonchalance." And by artist John Armleder whom Fleury describes as having "this close to blasé attitude where everything is at hand and not much to be done to launch it out as a signature novelty."[7] Of course this is irritating to many in the traditional art world, just as some in this po-faced sub-species of academia might find it galling to find Swiss pop star Stephan Eicher or Dominique who works at Gucci, Geneva, listed in the credits of an artist's catalogue. Much of the attraction of Fleury's stance is its potential to provoke and peeve those who still apply an old fashioned political agenda to the art world and are easily scandalized by Fleury's use of status symbols and their relationship to wealth, leisure, and luxury. Though Fleury is often perceived as a key proto-post-feminist artist, it is interesting that unlike an entire generation of such female practitioners she does not deal either with imagery of herself or the issue of "the body," except perhaps by its exclusion. In fact it is this absence of any female physical presence that ultimately creates the tension in Fleury's work, a drama all the more acute for its missing cast. Fleury represents femininity as a fiction whose central character has gone missing or never existed at all. "The concept of the symbolic states that the woman's sexuality is inseparable from the representations through which it is produced. The question of what a woman is in this account always stalls on the crucial acknowledgment that there is absolutely no guarantee that she is at all."[8] Likewise in one of Fleury's most resonant collaborative works, CATHERINE (1993), the dust and dirt left behind by fireworks takes the aesthetic place of the original rocket show. Fleury refuses to let us see the crew of her rocket ships, driver of her limousines, owner of her shoes, or collector of her shopping bags, and this cumulative absence perfectly mirrors Lacan's formulation that "the woman does not exist." This, of course, must be further defined: "It means, not that women do not exist, but that her status as an absolute category and guarantor of fantasy (exactly The woman) is false."[9]

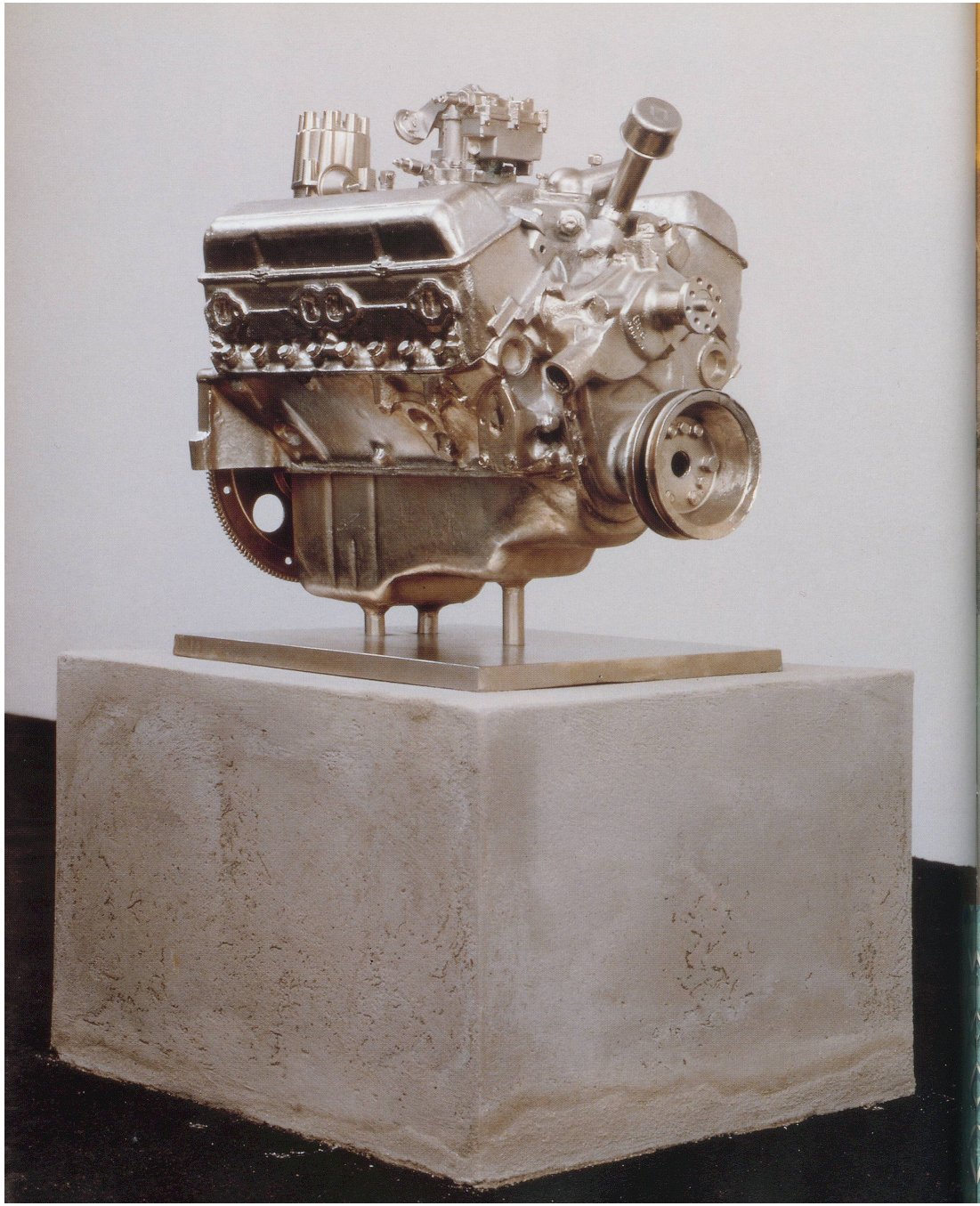
1) Jacques Lacan, "Guiding Remarks for a Congress on Feminine Sexuality" in: *Feminine Sexuality: Jacques Lacan and the Ecole Freudienne*, ed. by Juliet Mitchell and Jacqueline Rose, transl. by Jacqueline Rose (New York/London: W. W. Norton, 1985), p.90.
2) Jacques Lacan, "Seminar XX: Encore, A Love Letter" in: *Feminine Sexuality*, op. cit., p. 157.
3) Jacqueline Rose, "Introduction II," ibid., p. 43.
4) Vanessa Friedman, "'Nothing comes between me and my dresses': Mouna Ayoub spends Dollars 1m a year on couture. Vanessa Friedman follows in the wake of a woman obsessed as she spends a week at the Paris shows" in: *The Financial Times* (London: January 22, 2000), front page.
5) Juliet Mitchell, "Introduction I" in: *Feminine Sexuality*, op. cit., p. 6.
6) Donald Judd, "Robert Morris at Green Gallery," review from March 1964, reprinted in: Donald Judd, *Complete Writings, 1959–1975* (Halifax: Press of the Nova Scotia College of Art and Design/New York: NY University Press, 1975), p. 171.
7) Sylvie Fleury et al., "Shoplifters From Venus" in: *First Spaceship on Venus and other Vehicles*, published for the 24th International Biennale of São Paulo by the Swiss Federal Office of Culture & Lars Müller Publishers, Baden, 1998, p. 151.
8) Jacqueline Rose, "Introduction II" in: *Feminine Sexuality*, op. cit., p. 42.
9) Jacqueline Rose, ibid., p. 48.

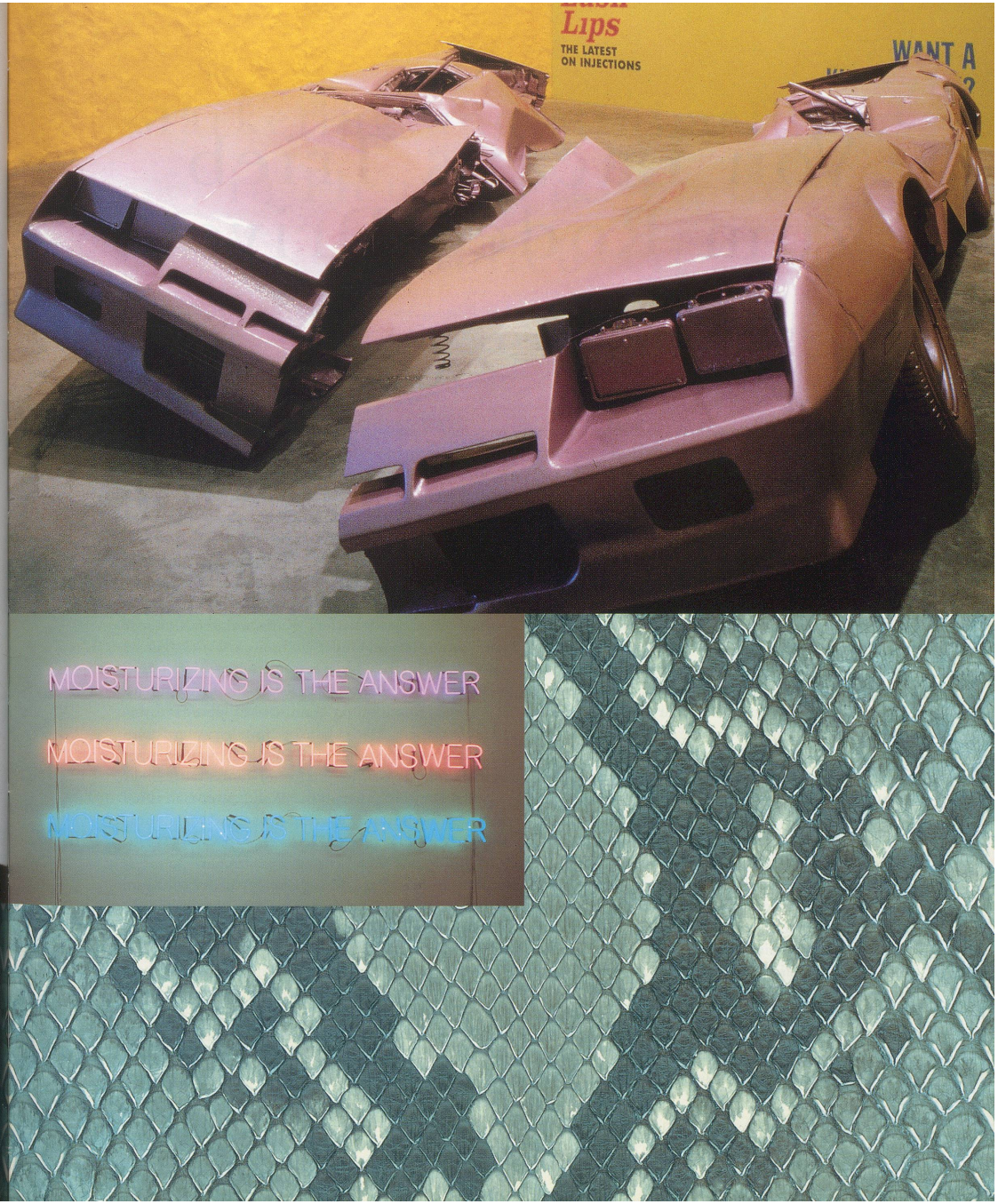
Pages / Seiten 80–83:
SYLVIE FLEURY, GALA, 1993, Chanel make-up, installation view, dimensions variable / Chanel-Makeup, Installationsansicht, Galerie Susanna Kulli, St. Gallen.
FORMULA ONE DRESS, 1999, Sylvie Fleury and Mika Häkkinen, Formula One World Champion 1998; designed by the artist, created by Hugo Boss / FORMEL-EINS-ANZUG, Sylvie Fleury und Mika Häkkinen, Formel-Eins-Weltmeister 1998; Design Sylvie Fleury, Kreation Hugo Boss.
(PHOTO: WOLFGANG MUSTAIN, SILVERSTONE, FOR HUGO BOSS)

I LOVE LONG NAILS, 1994, edition of 500 self-adhesive labels for In Vitro, Geneva / Edition von 500 Selbstklebeetiketten.
SYLVIE FLEURY, 400 DODGE, 1999, chromium-plated bronze, exhibition view, Art & Public, Geneva, 28¾ x 23⅝ x 26¾" / Bronze, verchromt, 73 x 60 x 68 cm.
SKIN CRIME 6, 1999, halved and crushed Camaro, Ace Gallery, Los Angeles / halbierter, zerquetschter Camaro.
MOISTURIZING IS THE ANSWER, 1996, neon sculpture in three colors, 5½ x 98½" / Neonskulptur in 3 Farben, 14 x 250 cm.

RAC
WARSTEINER
HUGO BOSS

HONDA
I ♥ LONG NAILS
GE
34630
invesport




Lips
THE LATEST
ON INJECTIONS
WANT A
MOISTURIZING IS THE ANSWER
MOISTURIZING IS THE ANSWER
MOISTURIZING IS THE ANSWER

Von Lacans Trieb zum Rodeo-Drive

Die Bilder und Symbole für die Frau lassen sich nicht trennen von den Bildern und Symbolen der Frau.

– Jacques Lacan[1)]

Je länger, je mehr wird der Kontext zum eigentlichen Inhalt und unsere Interpretation kultureller Erscheinungsformen ist abhängig vom Ort und Grund unserer Begegnung mit ihnen. Das gilt für den Journalismus ebenso wie für jeden seiner möglichen Gegenstände, denn unsere Erwartungen an die Boulevardzeitung sind ganz andere als jene an einen Gedichtband. Auch die Arbeiten von Sylvie Fleury sind abhängig vom jeweiligen Kontext; ihre Bedeutung und Tragweite ändern sich, je nachdem, ob man ihnen in einem Museum, einem Privathaus oder einem Katalog begegnet. Ebenso darf man vermuten, dass jeder Text über Fleury etwas anderes ist, je nachdem, wo er erscheint. Da Fleurys Werk von den verschiedenen Stilebenen unterschiedlicher kultureller Bereiche handelt, wäre es interessant, solche Variationen in diesem Kontext nachzuahmen. Man könnte dann zwar leider nicht mehr automatisch annehmen, dass ein Text intelligenter oder raffinierter als ein anderer ist, könnte aber nach wie vor zu Recht feststellen, dass sie sich in Ton und Charakter unterscheiden. Auch Fleurys Arbeiten erscheinen je nach Ort, an dem man ihnen begegnet, nicht mehr oder weniger frivol oder tiefgründig, aber jeder Ort verlangt eine neue «Lesart». Es ist schon merkwürdig, jedes Mal, wenn ich einem grossen Modeblatt vorschlug, einen Artikel über Fleury zu schreiben, erhielt ich aus der Redaktion die Antwort, ihre Kunst hebe sich zu wenig von der Mode ab. Anders als im Fall von Tom Sachs (der zufällig auch Variationen von Mondrian-Bildern schuf), der Modeverpackungen aktiv umformt und verändert und der regelmässig in der nicht kunstorientierten Presse erscheint, sind Fleurys Arbeiten zu minimal, zu einfach, um von den gängigen Modeblättern als Kunst verstanden zu werden. Dafür, dass ihre Arbeiten ausserhalb avantgardistischer Kunstkreise als Kunst anerkannt würden, «tut» Fleury einfach nicht genug mit ihrem Material. Es ist erfreulich, dass sich in dieser Zeit bereitwilligsten Kulturkonsums eine solche Radikalität noch halten kann. Die Moderedaktorinnen erkannten, dass es hiesse, ihrer eigenen Sache zu nahe zu treten, wenn sie Fleurys Arbeiten im eigenen Medium präsentieren würden – zum Beispiel ein eigenes Titelbild gross an der Wand einer Galerie –, und dass die Wirkung ebenso verwirrend wie absolut subversiv wäre. Während Fleury ihre GUCCI-SATELLITEN aus Guccis Bildvokabular zusammensetzt, interessiert sich Tom Ford, künstlerischer Leiter von Gucci und aktiver Kunstsammler, für die moderne Abstraktion eines Ellsworth Kelly, Myron Stout, Rothko und Pincemin. Ford würde sagen, dass seine Vorlieben in der Kunst die Quellen seiner eigenen Ästhetik hierarchisch widerspiegeln. Auf dem Höhepunkt seiner Kreativität wird der bildende Künstler zum Urheber einer bestimmten Art, die Welt zu sehen, die dann von andern weiter unten in der ästhetischen Nahrungskette übernommen wird, also

---

ADRIAN DANNATT ist New Yorker Korrespondent für *The Art Newspaper* und *Flash Art International* und Mitglied der Redaktion von *Lacanian Ink*, der Zeitschrift für Lacan-Studien.

Marketing und Minimalismus in Fleurys Fiktion der Weiblichkeit

ADRIAN DANNATT

von Designern, Werbeleuten usw. Genau diese Hierarchie sabotiert Fleury, indem sie postuliert, dass die Bilder der Werbung mehr Tragweite und Einfluss haben als ein Werk der schönen Kunst. So hat zum Beispiel Sol LeWitts Entwurf für ein Nina-Ricci-Parfüm nicht automatisch mehr Bedeutung als, sagen wir, eine Christian-Lacroix-Tasche, nur weil er von einem berühmten Künstler stammt und letztere von einem anonymen Designer. Die komplizierte Dynamik des Austauschs zwischen hoher Kunst und Mode-Merchandising lässt sich ideal am Beispiel von Bridget Riley illustrieren: Ihre schwarzweissen Op-Art-Bilder galten als avantgardistisch, bevor sie von amerikanischen Modemachern und -geschäften vereinnahmt wurden, die Versionen ihrer charakteristischen Muster einfach überall verwendeten, vom Kleid bis zur Schaufensterdekoration. Diese massenhafte Zurschaustellung machte ihr Werk über Nacht zu einem Klischee und führte dazu, dass sie in der damaligen Kunstszene sofort nicht mehr ganz ernst genommen wurde. Wenn sich Tom Ford heute für ihre Bilder jener Zeit interessiert, so ist das, weil sie nachträglich eine Aufwertung erfahren haben durch die Beachtung, die sie bei ihrer ersten Ausstellung fanden, sowie die Aufregung, die sie verursachten, auch mit ihrer Vereinnahmung durch den Modemarkt. Der Status dieser Bilder hängt davon ab, wie sie in die Massenproduktion Eingang fanden, ob als Werbeanzeige oder Plakat, als Boten des «Modernen» oder ihrer eigenen, eigentlichen Qualität. Tatsächlich übte dieser populäre Ersatz-Stil des «Modernen» oder des «modernen Lebens» einen direkten Einfluss auf Fords eigene Entwürfe für Gucci aus. Daher wird die Kluft zwischen der niederen Vermarktung und der hohen plastischen Kunst, die Fleury aufzulösen sucht, von der Modewelt tatkräftig aufrechterhalten. Diese Leute setzen alles daran, eine entscheidende Differenz zwischen den verschiedenen Sphären der Kreativität beizubehalten, und wollen nach wie vor an die Legende vom genialen Künstler glauben, dessen Werk langsam in die Mainstream-Produktion einsickert. Fleury dagegen schlägt vor, den Mainstream-Produkten Kunststatus zu verleihen und so die vermutete Einflussrichtung zu unterlaufen. Fleury fühlt sich von zahlreichen Aspekten der Populärkultur angezogen, nicht nur von der Mode. Ihre Verwendung verschiedener Gemeinplätze amerikanischer Männlichkeit, von Stock-Car-Insignien zu gepressten Cadillacs und silbernen Radkappen von Strassenkreuzern, lässt ein absichtliches Verwischen von Geschlechtshinweisen und -symbolen vermuten. Es ist, als würde Fleury Lacans These paraphrasieren, dass für den Mann «seine ganze Verwirklichung in der sexuellen Beziehung letztlich nichts als Phantasie ist».[2)] Und sie präsentiert uns eine körperlose Phantasie, die gleichermassen mit männlichen wie weiblichen Klischees spielt. Die Phantasie, die beides nährt, das Einkaufen von Kleidern und Rennwagen, was gewöhnlich eine geschlechtsspezifische Zuordnung erfährt, ist bei Fleury von jeglicher menschlichen Figur losgelöst. Die konsequent abwesenden Figuren in all ihren

SYLVIE FLEURY, VANITY CASE, 1995, video still, BDV, Paris.

Bildern lassen einen geschlechtslosen Bereich des reinen Drives oder Triebes entstehen, der ebenso dem Konsum wie der Libido verpflichtet ist. Fleury stellt eine Ultra-Weiblichkeit in den Raum, bestehend aus offenkundigen Symbolen der Männlichkeit und deren Gegenteil. Oder wie Jacqueline Rose es formuliert: «Für Lacan ist die Maskerade die eigentliche Definition von Weiblichkeit, gerade weil sie unter Verwendung eines männlichen Symbols entsteht.»[3] In der Tat ist Fleurys Serie freundlicher Amateurraketen mit dem Titel *First Spaceship on Venus* eine übermütige Kritik an der männlichen Mythologie und den männlichen Methoden in Technik und Wissenschaft sowie am Phallozentrismus der Psychoanalyse. Diese phallischen und doch so offenkundig kindlichen Raketen, verziert mit Chanel-Stoffen, verflechten männliche und weibliche Zeichen in einer spielerischen Alternative zur Erektion der dauernden Geschlechterabgrenzung.

Fleury bevorzugt eher Erscheinungen am Rande des Hauptstroms der Populärkultur, wie Rock and Roll, Motorräder und Stock-Car-Racing; und sie teilt

diese Vorliebe für das Hyperamerikanische mit ihrem Schweizer Künstlerkollegen Olivier Mosset, mit dem sie hin und wieder zusammenarbeitet. Mosset lebt zurzeit in Tucson, Arizona, wo er seiner Passion für Motorradfahrer, Cowboys, die amerikanische Flagge und die freie Landstrasse frönen kann. Bemerkenswert ist die Tatsache, dass ein grosser Teil dieser als uramerikanisch geltenden Symbole zum ersten Mal vom Photographen Robert Frank ins Bild gesetzt wurden, einem weiteren Schweizer, dessen Werk äusserst einflussreich war und ein ganzes Vokabular amerikanischer Zeichen und Symbole erschuf.

Dass Kleiderkaufen sowohl als ein frivoler und bis zur Absurdität reduzierter Ausdruck weiblichen Besitzstrebens verstanden werden kann als auch als befreiender und stärkender Vorgang, ist ein zentrales Thema im postfeministischen Diskurs. Mouna Ayoub, der Welt grösste Modekundin, die jährlich eine Million Dollar für Kleider ausgibt, bemerkte jüngst: «Es ärgert mich, wenn ich gefragt werde, was ich für eine Saison brauche. Niemand braucht Mode! Wer braucht einen Picasso? Ich kenne niemanden, der nicht auch ohne einen Picasso leben könnte. Man braucht das nicht. Man will es.» Im gleichen Interview verdeutlicht Ayoub auch das potenzielle Gefühl von Macht, das mit dem blossen Besitz von Kleidern verbunden ist: «19 Jahre lang hat man mir gesagt, ich sei dumm. Dass ich verschiedene Kleider habe, hilft mir klarzukommen. Die Mode gibt mir das Gefühl schön und stark zu sein.»[4] Und wenn die Psychoanalytikerin Juliet Mitchell über das Begehren des Kleinkindes schreibt, ist es, als ob sie den psychologischen Mechanismus der Einkaufssucht schilderte, den Trieb zu Konsumieren in Erwartung einer endgültigen und anhaltenden Befriedigung. «Das ersehnte Objekt existiert erst als Objekt, wenn es verloren gegangen ist… Deshalb wird jede spätere Befriedigung diesen Verlust für immer in sich tragen. Lacan redet in diesem Zusammenhang von ‹Begehren›. Das Begehren existiert nur infolge des ursprünglichen Versagens von Befriedigung. Das Begehren ist eine dauerhafte Folge der ursprünglichen Abwesenheit und zeigt deshalb an, dass Befriedigung in diesem Bereich etwas grundlegend Unmögliches ist.»[5] Das häufigste Missverständnis von Sylvie Fleurys Werk ist, dass sie gewissermassen das System der Mode unterlaufe oder verzerre und dass ihr Vorgehen dem «Detournement» der Situationisten vergleichbar sei. Ausdrücke wie «Entführung», «Appropriation» und «Unterminierung» werden in Zusammenhang mit Fleury oft gebraucht, obwohl ihr Werk so durch und durch radikal und subversiv ist, gerade weil sie mit ihrem Material absolut nichts tut und sich jeder Forderung nach Kunstfertigkeit, Phantasie, ja sogar Ästhetik verweigert. Fleury stellt stattdessen ihr Begehren dar, weil diese Strategie der totalen Passivität ungleich interessanter ist, ähnlich wie im Verhältnis von Herr und Knecht bei Lacan, wo die Freiheit des Knechts gerade auf der Unterwerfung und Resignation angesichts der Machtverhältnisse beruht. Man sollte sich darüber im Klaren sein, dass auch nicht die leiseste Kritik, Analyse oder Satire in Fleurys Präsentation ihrer Einkaufstüten, Schuhe und Schuhschachteln steckt; sie stellt ihr Shopping so dar, wie es ist, und die Radikalität dieses Aktes liegt eben gerade im Abstand nehmen von jedem Ziel und Argument, sei es politisch, gesellschaftlich oder kulturell. Dieses Vorgehen ist vielleicht ebenso verstörend wie Donald Judds Vision einer neuen Kunst, die jeder Emotion abhold ist. Tatsächlich scheint Judds Auffassung jener Fleurys auf eine merkwürdige, kranke und unmögliche Art verwandt zu sein: Beide fühlen sich zu künstlichen, glänzenden, fetischistischen Materialien hingezogen, und beide lehnen einen romantischen Naturbegriff, den Naturalismus und das Ideal der Authentizität entschieden ab. «Dinge, die existieren, existieren und alles ist auf ihrer Seite.»[6] Diese Formel Judds ist eine perfekte Beschreibung von Fleurys Arbeit, in der das «Dinghafte» ohne jede weitere Intervention für sich selbst sprechen darf.

Selbstverständlich können nur wenige Künstler eine so diffizile Unabhängigkeit über längere Zeit bewahren, und man wird zugeben müssen, dass Fleurys allmählicher Abstieg zum Schaffen von «Kunstobjekten» weniger glücklich ist als ihr früheres insgesamt strukturelleres Werk, das noch ganz frei war vom Stigma der Künstlerhand. Natürlich ist Originalität längst kein Thema mehr für einen Künstler, das zeigen Fleurys Neo-Parodien von allem und jedem, von Mondrian, Gober zu Kosuth, Nau-

man oder Fontana deutlich genug. Und wenn Fleurys komprimiertes rosa Auto SKIN CRIME 2 (1997) ein direkter Abkömmling von John Chamberlains MISS LUCY PINK (1963) ist, so scheint die Familienähnlichkeit niemanden zu stören. Indem Fleury auf jegliches Behaupten von Originalität verzichtet, untergräbt sie erneut eine Reihe vorgegebener Regeln des Kunstbetriebs; als erstes jene, die Anstrengung und Integrität betrifft, die Idee, dass Kunst notwendig Zeit oder Energie brauche um wirksam zu sein. Fleury deutet an, dass die Kunst sich aus der Abhängigkeit von ständiger Erneuerung und komplexer physischer Gestaltung befreien und sich stattdessen locker einer grenzenlosen Laissez-faire-Beliebigkeit überlassen kann und dadurch die resignative Ästhetik der amerikanischen «Slacker»-Kultur noch einmal überbietet. Dieser Aspekt von Fleurys Werk spiegelt sich in den Titeln von Gruppenausstellungen, an denen sie teilnahm, wie «Invisible Touch», «Insignificant» oder «Nonchalance». Titel, die auch an John Armleder denken lassen, von dem Fleury sagt, er habe «diese beinah blasierte Haltung, für die alles in Reichweite sei und nie viel fehle, um es als unverkennbare Neuheit zu lancieren».[7] Natürlich ist das für manche Repräsentanten der traditionellen Kunstszene ein Ärgernis, genauso wie es manchen dieser blutarmen akademischen Untergattung ein Dorn im Auge sein mag, den Schweizer Popstar Stephan Eicher oder Dominique, die bei Gucci in Genf arbeitet, in der Dankesliste eines Kunstkatalogs aufgeführt zu finden. Ein Grossteil der Anziehungskraft von Fleurys Aussage ist ihr Potenzial zur Provokation und Kränkung jener, die eine altmodische politische Haltung an die Kunst herantragen und sich gern aufregen über Fleurys Verwendung von Statussymbolen und deren Verhältnis zu Reichtum, Wohlstand und Luxus. Obwohl Fleury oft als Schlüsselfigur der proto-post-feministischen Kunst wahrgenommen wird, ist es interessant festzuhalten, dass sie, anders als eine ganze Generation solcher Künstlerinnen, sich weder mit Bildern von sich selbst noch mit dem Thema «Körper» befasst, ausser vielleicht insofern, als sie beides ausschliesst. In der Tat ist es diese Abwesenheit jeder physischen weiblichen Präsenz, die letztlich die Spannung in Fleurys Werk erzeugt; ein Drama, das umso heftiger wirkt, als seine Besetzung fehlt. Fleury stellt Weiblichkeit als eine Fiktion dar, deren Protagonistin verloren gegangen ist oder gar nie existiert hat. «Der Begriff des Symbolischen sagt, dass die Sexualität der Frau untrennbar mit den Zeichen verbunden ist, durch die sie erzeugt wird. Die Frage, was eine Frau ist, bleibt daher immer an der entscheidenden Einsicht hängen, dass es absolut keine Garantie gibt, dass sie überhaupt i s t . »[8] Entsprechend nehmen in einer von Fleurys erfolgreichsten Collaborationen, CATHERINE (1993, mit Angela Bulloch), die Staub- und Russrückstände des Feuerwerks ästhetisch den Rang des ursprünglichen Raketenspektakels in Anspruch. Fleury erlaubt uns nicht die Mannschaft ihrer Raumschiffe, die Fahrerinnen ihrer Limousinen, die Besitzerinnen ihrer Schuhe oder die Sammlerinnen ihrer Einkaufstüten zu sehen. Diese versammelte Abwesenheit ist eine perfekte Wiedergabe von Lacans Aussage, dass die Frau nicht existiere. Das bedarf natürlich der Erläuterung: «Das heisst nicht, dass Frauen nicht existieren, aber dass ihr Status als absolute Kategorie und Garant der Phantasie (die Frau als solche) falsch ist.»[9]

(Übersetzung: Wilma Parker)

1) Jacques Lacan, «Guiding Remarks for a Congress on Feminine Sexuality», in: ders., *Feminine Sexuality: Jacques Lacan and the Ecole Freudienne,* hrsg. v. Juliet Mitchell and Jacqueline Rose, übers. v. Jacqueline Rose, W. W. Norton, London/New York 1985, S. 90. (Dieses und alle folgenden Lacan-Zitate wurden von der Red. aus dem Englischen übersetzt.)
2) Jacques Lacan, «Encore, A Love Letter» aus: *Das Seminar XX,* zitiert in: *Feminine Sexuality,* op. cit., S. 157.
3) Jacqueline Rose, «Introduction II», ebenda, S. 43.
4) Interview mit Vanessa Friedman, *The Financial Times,* London, 22. Januar 2000.
5) Juliet Mitchel, «Introduction I», *Feminine Sexuality,* op. cit., S. 6.
6) Donald Judd, «Robert Morris at Green Gallery», März 1964, wieder abgedruckt in: Donald Judd, *Complete Writings, 1959–1975,* Nova Scotia College of Art and Design, Halifax/New York University Press, 1975, S. 171.
7) Sylvie Fleury, «Shoplifters from Venus», in: *First Spaceship on Venus and other Vehicles,* veröffentlicht anlässlich der 24. Biennale von São Paolo vom Schweiz. Bundesamt für Kultur und Lars Müller Verlag, Baden 1998, S. 151.
8) Jacqueline Rose, «Introduction II», *Feminine Sexuality,* op. cit., S. 42.
9) Ebenda, S. 48.

SYLVIE FLEURY, NATURAL FACELIFT, 1994, video.