

ACTES DE RECHERCHE

Edition 2006

Mandana Basti

Marie-Avril Berthet

Diego Castro

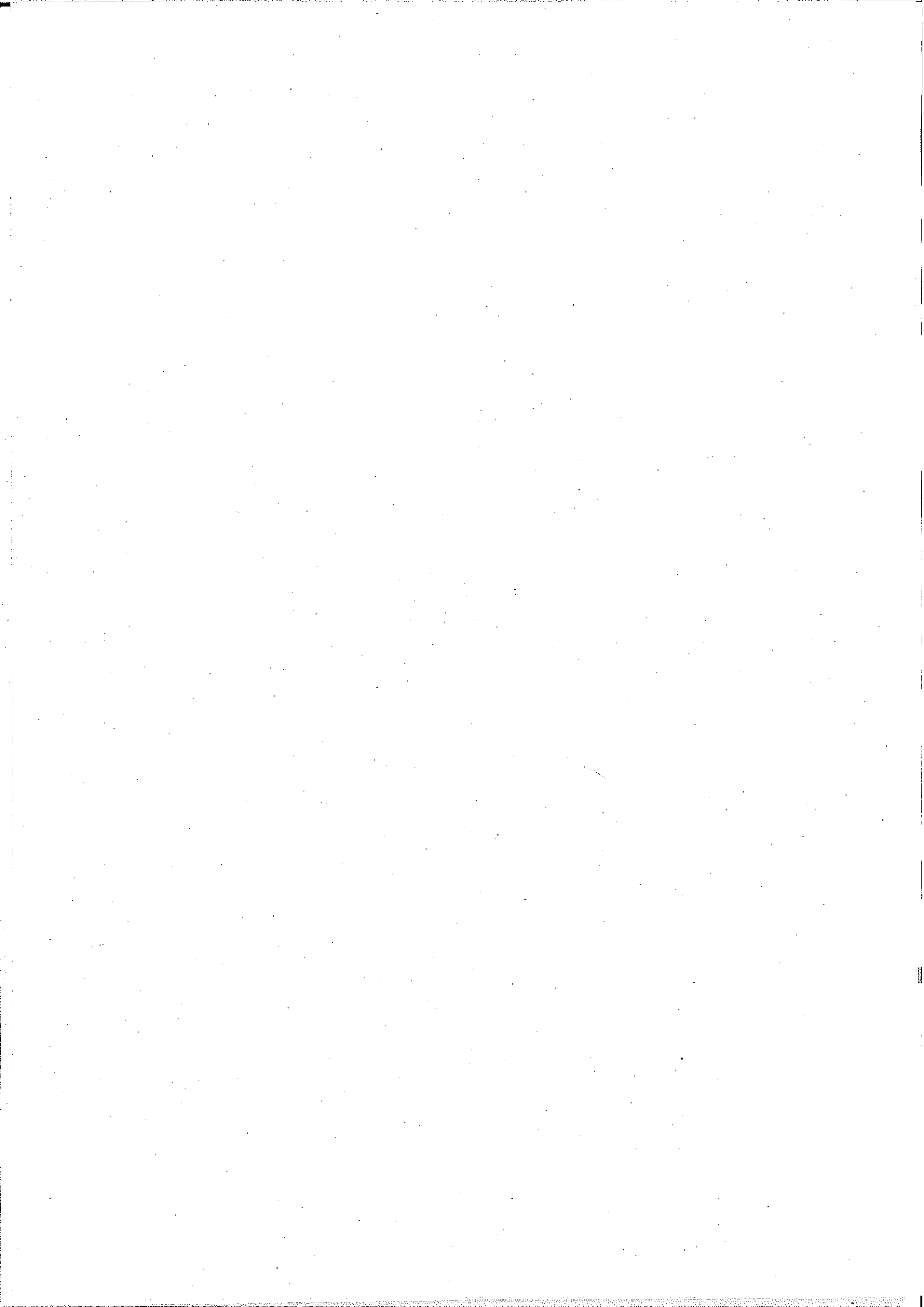
Mouhamed Coulibaly-Massassi

Olga Kamienik

Adrien Laubscher

microsilons





Ces textes sont accompagnés de vidéo-essais qui seront présentés lors des soutenances de diplôme et des évaluations de fin d'année.

Mandana Basti: *Quitter sans partir avec Hot Bird et Telear*

Mouhamed Coulibaly-Massassi: *Cosmo-citizen Project*

Olga Kamienik: *Intimité – rencontres particulières*

microsillons: Marianne Guarino-Huet & Olivier Desvoignes: *Multiplôme*

Marie-Avril Berthet: *Enjoy the Silence*

Diego Castro: *Institutional Art Compendium*

Adrien Laubscher: *Tracking Art in the Hype Jungle*

Remerciements au studio vidéo dirigé par Marco Kaufmann.

Jury de diplôme:

Daniel Hauser (artiste groupe Relax, professeur F+F Zürich)

Dean Inkster (artiste, écrivain, enseignant à l'École d'art de Valence)

Elisabeth Lebovici (journaliste, écrivain)

François Bovier (historien, critique de cinéma) [juré interne]

Catherine Queloz et Liliane Schneiter [coordinatrices du Programme CCC]

Diplômes HES

| | |
|---|---|
| Mandana Basti: <i>Propagande venue du ciel</i> | 2 |
| Mouhamed Coulibaly-Massassi: <i>Cosmo-citizen Project</i> | 3 |

Certificat de cours postgrade HES

| | |
|---|---|
| Olga Kamienik: <i>Intimité – rencontres particulières</i> | 6 |
|---|---|

Diplôme postgrade HES

| | |
|---|---|
| microsillons: Marianne Guarino-Huet & Olivier Desvoignes: <i>Multiplôme</i> | 8 |
|---|---|

Etudes postgrades HES, année 1

| | |
|---|----|
| Marie-Avril Berthet: <i>Pollutions sonores dans l'espace urbain, une réflexion sur le prix du silence</i> | 9 |
| Diego Castro: <i>The Art of Toyota</i> | 10 |
| Adrien Laubscher: <i>What the Fuck is Street Art, Anyway?</i> | 14 |

| | |
|--|----|
| Biographies, travaux accomplis et en cours | 18 |
|--|----|

PROPAGANDE VENUE DU CIEL

Mandana Basti (Diplôme HES)

| Satellite | Telestar 5 | Hot Bird |
|-------------|------------|------------|
| Frequency | 11873 | 2596 |
| Symbol Rate | 22'000 | 27'500 |
| Polarity | Horizontal | Horizontal |
| FEC | 3/4 | 3/4 |

L'utilisation des médias transnationaux par la collectivité issue des migrations iraniennes développe l'hypothèse d'une nouvelle identité culturelle iranienne.

Des acteurs en réseaux opèrent des transferts d'expérience et de connaissance depuis des extra-territorialités vers le territoire iranien. D'un côté, on parle d'invasion culturelle occidentale et de l'autre, on parle de liberté d'expression et de droit à l'information.

La multiplicité et le dynamisme des mouvements qui tracent l'espace des sociétés contemporaines, les déplacements d'individus, les nouvelles dimensions du culturel, du social ou du politique, amènent à penser les communautés diasporiques, non comme étant une relation bipolaire entre un point de départ (pays d'origine) et un point d'arrivée (pays d'accueil) mais comme des espaces où coexistent des centres multiples de connexions et d'échanges.

Au-delà des échanges et des relations de pouvoir, c'est une société transfrontalière qui investit des rôles, qui témoigne de la façon dont la société contemporaine dialogue et produit des liens sociaux et culturels actifs.

Iranienne d'origine, naturalisée suisse, mes recherches sont centrées sur la communauté iranienne. Deux points ont été retenus : l'organisation de la communauté diasporique et le rôle actif qu'il joue dans la construction d'une nouvelle identité hybride et imaginée dans l'Etat-Nation et le rôle des médias étrangers et transnationaux dans la construction d'une nouvelle identité iranienne. Dans ma recherche, je m'appuie sur l'observation de la communauté ainsi que sur un certain nombre de documents écrits et visuels. Ma démarche se veut trans-culturelle et trans-disciplinaire.

Essai vidéographique accompagnant mes recherches est un voyage visuel et sonore à travers un des territoires mentaux de nos sociétés contemporaines. Il aborde les notions d'espace, de temps, de déplacement, de mémoire sélective, d'exil, d'échange, de langue. Ces fragments d'images proviennent de ma collection de documents concernant la communauté iranienne, mêlée à des images de mon propre quotidien.

La diaspora comme espace de mémoire multidimensionnel

Le travail de recherche introduit le champ des études culturelles sur la question d'identité dans le contexte des diasporas. Pour Stuart Hall, universitaire britannique né en Jamaïque, les identités sont «fondamentalement dynamique et construites»¹ Elles sont influencées par le contexte historique, social, politique et culturel. Etre iranien en Suisse, russe aux Etats-Unis ou européen sont des appartenances fluides et doivent être pensées comme les constructions d'une

histoire, d'un montage orienté par de multiples critères historiquement situés. Un deuxième point, concerne le lien indissociable entre l'identité et la mémoire.

L'identité est une question qui concerne la production dans le futur d'un compte rendu du passé.

... Les histoires que les cultures se racontent à propos de ce qu'elles sont et d'où elles viennent.²

Stuart Hall

Dans le contexte iranien, je dirais qu'il y a trois protagonistes principaux qui produisent un compte rendu de l'histoire du pays : les différentes lectures et représentations faites sur les événements passés en Iran, à travers les chaînes étrangères (soutenues par une série d'actions de désinformation volontaire ou involontaire), l'Etat iranien actuel et les communautés diasporiques.

Avec la chute du gouvernement du Shah et la révolution islamique, les médias étrangers se sont appropriés et ont véhiculé des termes accompagnés d'images jusqu'alors méconnus en occident tels qu'*ayatollah*, *mollah*, *tchador*, *islam*, *chiite*, des termes aujourd'hui intégrés dans la plupart des langues et donc des cultures, véhiculant ainsi un certain nombre de petites mythologies modernes concernant l'Iran et l'islam.

L'Etat et la diaspora quant à elles, dans une certaine dualité, produisent et archivent des documents. Ils diffusent leurs versions de ce qu'est l'histoire de l'Iran. On lira chez l'un, l'importance donnée à la laïcité, à la multi-appartenance, et chez l'autre, l'importance de l'islam dans la construction d'une identité nationale iranienne. Dans les médias étrangers la lecture de l'actualité et du passé iranien est souvent motivée par des intérêts de politique économique internationale.

Les médias jouent un rôle déterminant dans la constitution des représentations sociales collectivement partagées.³

Marc Lits

Dans ce contexte, trois parties interviennent dans le processus de construction d'identité, soit, une construction versus «République Islamique», une construction versus «diasporique» et une construction versus «politico-économique».

Les médias satellitaires servent de contre-poids au média gouvernemental

Ces médias transfrontaliers ont développé une notion d'hybridité et de transfert. Leur contenu concerne une multitude de niveaux : politique, historique, linguistique, la transmission culturelle, la participation, l'engagement social, etc. Ces émissions sont diffusées en direct, permettant au téléspectateur de participer, d'intervenir à tout moment dans les discussions. Un téléphone de Shiraz, de Vienne ou encore de San Francisco, montre que le monde est devenu un «village» mais encore séparé par une barrière, la barrière linguistique.

Invasion culturelle ou liberté d'expression ?

L'espace où nous vivons s'est rétréci... L'interdépendance nouvelle qu'impose l'électricité recrée le monde à l'image d'un village global.⁴

Marshall McLuhan

C'est du côté des penseurs critiques que je continue ma recherche avec l'hypothèse émise par Schiller concernant les relations de pouvoir des médias⁵.

« On ne peut penser l'internationalisation des médias indépendamment des rapports de domination qui structurent les relations internationales et notamment les relations nord-sud ou plus précisément des nouvelles formes de domination qui se mettent en place au lendemain des indépendances. »

Certaines émissions sont subventionnées par le gouvernement américain tel que *Voice of America*. Le contenu de son programme varie, le visuel de son émission se professionnalise, s'internationalise. On y assiste à des débats, on y invite des politiciens américains, des experts, on prépare les gens à d'éventuelles attaques militaires en Iran. On y fait l'apologie de la politique étrangère américaine. Il faut prendre en compte que ces débats se passent sous un processus qui se veut démocratique. On donne la parole et on débat !

En parallèle, d'autres émissions, indépendantes, vivent grâce aux donations du public et grâce à l'engagement et à la mobilisation d'individus telle NITV (*La National Iranian TV* est la première chaîne transfrontalière émettant en persan). Elle ne se rattache à aucun mouvement politique en particulier. La revendication première de cette chaîne est la liberté d'expression en Iran. Ces médias transfrontaliers produisent à la fois un discours de la diaspora et un discours sur la diaspora. Quant à la lecture du visuel, on est forcé de constater que les médias nous emmènent de plus en plus vers la réalité d'un univers mondialisé et de plus en plus délocalisé.

Le terme d'invasion culturelle occidentale, utilisé par les autorités, tente de masquer cette réalité sociale [...], une manière pour le pouvoir de détourner l'attention de la population vers l'extérieur en situant hors de la société iranienne la responsabilité de la crise que connaît le pays.⁶

Asadeh Kian

Si on examine les notions d'identité nationale et de mémoire par rapport à la télévision iranienne, ma première réaction est de dire que nous sommes face à un pays en pleine transformation. On a la confrontation dans un système unique entre une télévision sous le contrôle de l'Etat (producteur de ce que sera la mémoire de demain) et des chaînes « parasites » venant du ciel, quelles soient privées ou étrangères.

Trois canaux d'influence au minimum coexistent dans le processus de la construction de cette nouvelle identité iranienne. C'est pourquoi autant du côté de l'Etat que du côté des diasporas on investit sur les moyens de communication et sur l'archivage. Les enjeux n'en sont pas des moindres. C'est une lutte de pouvoir entre différentes idéologies. La question du rôle des médias dans la construction d'une nouvelle identité met en lien les notions de déplacement, de technologie, d'échange, de représentation, d'espace, de mémoire et d'utopies. ¶

¹ Stuart Hall, *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, Londres: Sage Publication, 1997. (Ma traduction)

² idem

³ Marc Lits, Ina, *Télévision mémoire et identité nationales*, Paris: L'Harmattan, 2003.

⁴ Marshall McLuhan, *Pour comprendre les médias*, Paris: Ponts Essais, Seuil, 1997.

⁵ Dan Schiller, *Internet happé par les spéculateurs*, Le Monde diplomatique, février 2000.

⁶ Asadeh Kian, *L'invasion culturelle occidentale, mythe ou réalité?*, *Cahiers d'études sur la Méditerranée orientale et le monde turco-iranien* (CEMOTT) N°20, CNRS, Paris, 1995.

COSMO-CITIZEN PROJECT

Mouhamed Coulibaly-Massassi (Diplôme HES)

L'âge des migrations, l'âge des déplacements, des mobilités contraintes ou forcées, choisies ou volontaires.

Au début du deuxième chapitre de son excellent ouvrage paru en 2005 et ayant pour titre: *Pouvoir et contre-pouvoir à l'heure de la mondialisation*, Ulrich Beck nous rappelle à juste titre l'émergence, somme toute récente dans l'histoire de la modernité occidentale, du concept de nationalisme, en soulignant d'ailleurs que c'est aux XVIII^e et XIX^e siècles que ce concept tout récemment né, a commencé à déployer sa force génératrice de mythe. Il ne manque pas aussitôt de nous rappeler de même l'antériorité des concepts « cosmopolite » et « cosmopolitisme » qui sont, quant à eux, aussi vieux que le monde. Il fait remonter ces deux derniers concepts à Diogène qui en serait le créateur dans la Grèce antique. Beck nous rapporte que, « Celui-ci (Diogène) s'éleva, position extrêmement moderne, contre la distinction entre ceux qui faisaient partie de la communauté et ceux qui n'en étaient pas. Il ne se contenta pas de critiquer cette opposition du « nous » aux

« autres » puisqu'il répondit aussi à la question de savoir ce qui devait advenir à sa place. Il déduisit le « cosmopolitisme » de la mobilité qui fait fi des frontières et les estompe ».¹

Le terme **cosmopolite** signifie qu'on est citoyen du cosmos, c'est-à-dire citoyen du monde et citoyen de la polis autrement dit de la cité. Encore mieux, Beck nous donne cette signification fort satisfaisante du **cosmopolitisme** qui est « tout simplement » l'abolition de la distinction « nous et les autres » à laquelle se substitue de manière nouvelle **la construction de la double appartenance pour tous**. À l'époque actuelle où nous vivons avec la mondialisation des marchés économiques et le flux de plus en plus croissant des migrations volontaires, choisies, contraintes ou forcées, il serait plutôt seyant d'employer le terme de **multi appartenance**, de l'émergence de plus en plus effective d'une société post-nationale. Les individus de différentes appartenances socio-culturelles sont amenés à se rencontrer, à échanger, travailler et « **vivre ensemble mal gré bon gré** ». **Nul sujet contemporain ne peut qu'utopiquement s'enfermer dans une tour d'ivoire. La vie elle-même, en soi, est un contact**

universel. Bref, nous sommes de plus en plus confrontés à la diversité culturelle interactive. Ce qui ne va pas sans relation de conflits, d'exclusion, sans problèmes de relations entre les groupes d'univers culturels différents, vivants, appelés à vivre sur le même territoire. D'où plus que jamais s'impose au **sujet contemporain** la nécessité de dialoguer inter-culturellement, la compétence dialogique interculturelle, l'aptitude et la souplesse nécessaires d'ouverture de soi à l'autre, la cosmopolitisme, la conscience cosmopolitique. Un véritable « challenge » est imposé aux politiques, il leur est lancé le défi génial de penser l'immigration, de trouver de nouvelles formes d'adresses politiques pour résoudre les problèmes de l'immigration. Qu'ils jettent aux orties les vieilleries politiques datant de Mathusalem, tributaires de la logique nationale! Le monde en a marre de payer pour leur crétinisme crétinissant! L'ancien jeu avec ses règles nationalitaires est obsolète et doit être tsunamisé. Il faut en réinventer de nouveaux.

Comme l'écrit Beck, «... **La nation-imagination** doit être soumise à un processus de destruction créatrice pour qu'une *cosmopolitan imagination* devienne possible[...]»² Il faut réinventer le monde, en trouver les nouveaux *topos*, les nouvelles formules d'être et de vivre ensemble!

La volonté totalitariste d'une large frange de l'élite politique occidentale ayant en charge la gestion de la *res publica* perdue à souscrire à la vieille logique nationaliste hostile somme toute **au devenir multiple des sujets contemporains issus des multiples horizons du monde qui n'ont cure en réalité de distinction ou de fidélités nationalistes dans l'actuel grand monde ouvert d'aujourd'hui.** Il est paradoxalement triste et d'autant plus scandaleux qu'à notre époque de flux d'informations, de transactions en tout genre, d'interconnexions cyberespaciauses, de déplacements, de développements sans précédent, de moyens de communication et de pérégrinations efficaces et rapides, que s'érigent partout des barrières de mentalités nationalistes, que continuent à persister la logique exclusive et excluante du nationalisme. L'Etat-Nation ne cesse de voir décliner ou être remis en question son rôle à de multiples échelles tant au niveau supranational qu'infranational dans les domaines de l'économie, de la justice, de la culture. Les Etats actuels sont traversés par des multiplicités de flux économiques, financiers, culturels, médiatiques qu'ils ont de la peine à contrôler, à maîtriser. Les frontières traditionnelles nationales sont complètement remises en question, subissant les assauts des mondialisations à multiples composantes – humaine, culturelle, industrielle, financière, commerciale, etc.

Acculturation ou double et multiculturalité ? L'expérience de l'altérité, de l'alter mondialité

Que nous vivions dans le temps des multiculturalités, des multi appartenances culturelles et identitaires, cela est indéniable! Mais qu'on en fasse une réalité inédite, inhérente exclusivement à notre époque actuelle, c'est manquer de jugeote historique!

Dans le plus lointain passé, le multi-culturel a toujours prévalu dans toutes les sociétés, même si c'était à une échelle moindre comparativement à notre époque actuelle de brassage interculturel intense, de flux culturels globaux. On peut trouver les traces les plus évidentes de ce phénomène dans les langues, les savoirs de tous les peuples de la terre qui n'ont

cessé de **se rencontrer, d'échanger, de s'influencer, de vivre et de cohabiter parfois ensemble dans un contexte de double ou de multi appartenance.**

L'expérience de l'altérité est aussi vieille que la terre! À la fois douloureuse parfois génératrice de conflits, et heureuse, parce que toujours en fin de compte fructueuse et enrichissante. Partant de cela, on ne peut contester que la multi appartenance est une réalité déjà acquise depuis fort longtemps. Comme l'écrit Philippe Zarifian dans son livre, *L'émergence d'un peuple monde*, «Ce ne sont pas l'appartenance et le sentiment d'appartenance qui sont en cause, mais le fait que l'appartenance se boucle sur elle-même, se fige, s'assure sur une identité qui n'est pas autre chose, au fond, qu'un monde de délimitation, par opposition terme à terme, entre un intérieur (ce qui partage la même identité) et extérieur (les étrangers potentiellement adversaires, voir ennemis).»³

Le mythe de la pureté identitaire nationale a connu une instrumentalisation féroce dans l'histoire des peuples, il a été le ferment de toutes les guerres, de toutes les exterminations, des exclusions, du rejet de l'autre. Dans le contexte actuel de notre monde qui subit de grandes mutations à échelles diverses (technologies des télécommunications et du transport qui font que l'accès à l'information et la possibilité de communiquer est largement possible et rapide), que des êtres évolués brandissent encore cette vieille quinquillerie (l'identité raciale et nationale) comme instrument d'exclusion, de haine et de rejet de toute forme d'altérité en évoquant une soi-disant pureté raciale, nationale ou culturelle, relève de la bêtise flagrante. Ceci tient lieu d'empêchement à s'atteler réellement à l'émergence d'une véritable société post-nationale, d'un peuple monde constamment ouvert à lui-même et à forger de véritables outils conceptuels de réflexion pour la construction du monde de demain, favorable à la création d'un véritable Etat cosmopolite, en théorie et en *praxis*, en affirmant une effective volonté didactique de transmissions et d'intériorisation des valeurs correspondantes à cette réalité cosmopolitique, les élites politiques contribuent plutôt à engraisser des tabous, à renforcer des doutes, des suspicions, des peurs, des psychoses entre les humains. Elles s'agrippent à des concepts exclusifs et excluants en voulant à tout prix coller des étiquettes hyper réductrices d'arrière-fond raciste et discriminatoire. Elles jonglent avec des terminologies désuètes, usant encore de la logique nationaliste qui pour nous est complètement obsolète au regard du monde ouvert d'aujourd'hui avec ses flux culturels globaux et ces citoyens en perpétuels déplacements entre plusieurs Etats, baignant dans des réalités culturelles multiples, avec intelligence et compétence.

L'espace européen postcolonial et les signes des hétérophobies et xénophobies

Le fait est que nous sommes mêlés les uns aux autres à une échelle que la plupart des systèmes nationaux d'éducation n'ont jamais envisagée, même en rêve. Ajuster le savoir dans les arts et les sciences à ce contexte réel d'intégration constitue le défi culturel et intellectuel de l'heure.

Edward W. Saïd

Les réactions et les attitudes mentales et comportementales hétérophobes et xénophobes persistent encore dans l'espace européen post-colonial parce que demeure toujours

cette obsession de constitution et de maintien rigide d'un Etat-Nation souverain. On ne démord, pas comme partout ailleurs de la logique nationaliste en dépit de la globalisation, de la remise en question constante et irréversible de tous les vieux schèmes politiques et culturels nationalistes. L'identité nationale (qui se fonde sur l'exclusion et la stigmatisation de l'autre), l'obsession de pureté civilisationnelle relèvent de purs artéfacts politiques essentialisés et mythifiés, transmis de génération en génération par voie institutionnelle. Toute revendication outrancière d'identité culturelle nationale débouche sur la généralisation et le développement de stéréotypes. Le refus du vivre ensemble hétérogène, de dialogue interculturel, la peur et le mépris de l'autre, le différent, les attitudes malsaines de rejet, de fermeture, de mise à distance de l'autre dans ses altérités biologiques et culturelles ne peuvent être nommés autrement que par les termes de xénophobie et d'hétérophobie. Les élites politiques ne donnent absolument pas l'impression de vouloir, dans le monde qui tend à s'ouvrir de plus en plus effectivement à l'ère de la globalisation et de la glocalisation, contribuer à faire évoluer et à changer les mentalités citoyennes. Elles souscrivent et continuent à faire prévaloir la logique nationale au détriment de la raison cosmopolitique. Le nationalisme défensif, réactionnaire et même paranoïaque est hélas intégré à l'éducation. Il y a d'autre part les manipulations médiatiques qui si elles ne diabolisent pas ou ne stigmatisent pas «l'autre», continuent à renforcer dans l'inconscient politique par la diffusion d'informations douteuses et tendancieuses et d'images non valorisantes ou complètement négatives de l'autre, l'étranger – la peur des contacts, la défiance, les attitudes de rejet ou de mépris. Einstein disait qu'il est plus facile de briser un atome qu'un préjugé. Et E. W. Saïd de noter justement, «Que nul aujourd'hui n'est seulement ceci ou cela, indien, femme, musulman, américain, ces étiquettes ne sont que des points de départ. Accompagnons, ne serait-ce qu'un instant, des points de départ. Accompagnons, ne serait-ce qu'un instant, la personne dans sa vie réelle et elles seront vite dépassées.»⁴

Place et participation des artistes dans le projet cosmopolitique

Notre époque n'a plus à écrire des consignes poétiques mais à les exécuter.

Guy Debord

S'il y a quelque chose de véritablement maudit dans ce temps, c'est de s'acharner sur des formes alors qu'on devrait être comme des suppliciés sur le bûcher qui font des grands signes en criant.

Antonin Artaud

L'art, c'est ce qui rend la vie plus belle que l'art.

Robert Filliou

Ne pas faire de l'art politique mais avoir une pratique politique de l'art.

Gérard Paris-Clavel*

Le défi qui est lancé à l'artiste d'aujourd'hui, c'est d'opérer une rupture radicale d'avec les perceptions séculaires qu'on a de l'art et de la *praxis* artistique, c'est d'aller à contre courant de toutes les perceptions traditionnelles qu'on a de

l'art et des artistes avec les attentes conventionnelles liées à celles-ci. L'artiste actuel du monde contemporain doit d'abord sur le plan conceptuel, opérer en incluant dans sa pratique le souci constant d'une remise en question définitionnelle de soi et de sa *praxis*. S'il y a un travail prioritaire qui lui est demandé et auquel il doit s'atteler, c'est de repenser, de questionner sa *praxis* de manière impitoyable et radicale face aux défis du monde contemporain qui lui sont lancés, défis inhérents aux bouleversements sociopolitiques dans le contexte global.

Penser, repenser à des *praxis* infidèles, brèves, de formes d'adressement artistiques libres, en déloyauté constante avec la vision romantique de l'art? Liberté libre d'immédiateté poétique anti-généalogique.

Des formes d'adressements artistiques ne pourraient être pertinentes et opératives que dans l'engagement de l'artiste dans le réel sociopolitique de son temps, celui de l'altermondialité en rupture désengageante avec les anciennes conceptions et représentations du monde et de l'art. Il ne s'agit pas ici de fonder et de faire prévaloir de nouvelles formes d'adressement artistiques précises, définies une bonne fois pour toutes. Dans notre monde actuel de flux, des *praxis* artistiques figées, encloses dans des disciplines formellement définies une bonne fois pour toutes sont vouées à la sclérose, à la mort. Dans le projet cosmo-politique, les artistes ont éminemment d'importants rôles à jouer au sein de l'espace politique et social en tant qu'artistes-citoyens. Cet engagement dans le réel passe par la mise en œuvre concrète d'actions de partage, de mise en relation de singularités subjectives multiples. La pratique de «l'art des réseaux» répond tout à fait à cet objectif. La notion d'engagement artistique de proximité chez Brian Holmes** est intéressante pour une pratique artistique cosmopolitiste. L'engagement de proximité renvoie bien à la *praxis* artistique des réseaux. «L'art des réseaux» est l'espace privilégié de l'échange d'information de mise en commun et de partage des compétences par le biais duquel sont transcendés les barrières, les frontières, les exclusivismes et où s'affirme la *philia*, où se tissent les liens de fraternité et d'humanité ouverte à elle-même. Brian Holmes, en affirmant, «Notre travail sur les formes d'un engagement de proximité, nous a amené à travailler à la fois sur la pratique des réseaux et l'éducation populaire» renvoie ici à la dimension militante d'une *praxis* artistique qui s'investit socialement et politiquement. L'espace de l'art doit être un espace d'échanges, un lieu d'expériences, de confrontation et de débats, un lieu d'accueil pour la complexité du monde, pour que trouve à s'exprimer librement toutes les forces singulières sociales. En notre sens, la *praxis* artistique doit se cosmopolitiser de manière concrète, la conscience et la liberté d'expression artistiques doivent prendre en charge la question de la cosmo-citoyenneté. L'art, c'est l'art de dépasser et d'abolir toutes les frontières. La *praxis* artistique doit partir d'une prise en compte de la réalité globale du monde. L'engagement apologétique pour le devenir multiple, pour la multi appartenance culturelle, pour un monde plus ouvert, un monde libéré des contraintes et des rigidités territoriales, doit être pris en charge par la *praxis* artistique, une *praxis* artistique effective qui transcende les nationalités et les frontières. Le champ d'intervention de l'artiste cosmocitoyen est là justement où les valeurs cosmocitoyennes sont niées, où l'émergence d'un peuple monde est salopé par des volontés politiques xéno-

phobes, nationalistes, fascistes, dégueulasses qui s'opposent à la libre circulation sereine des personnes, à la rencontre de l'humanité avec elle-même.

L'artiste cosmocitoyen a un rôle d'information et d'éducation à accomplir sur le terrain social par son engagement concret dans les luttes sociales pour transmettre les valeurs cosmocitoyennes qui transcendent les barrières, les nationalités, les frontières et les divisions odieuses entre les hommes. « L'art des réseaux », l'art de mise en relation des personnes, la construction de plateformes, la mise en place de lieux de confrontations, de débats, d'échanges, de partage de

savoir, de témoignages en faveur de valeurs cosmopolitiques, de devenir multiples sont des formes d'adressement artistiques. ¶

¹ Ulrich Beck, *Pouvoir et contre-pouvoir à l'ère de la mondialisation*, p.88, Paris: Flammarion, 2005.

² Ulrich Beck, op.cit.

³ Philippe Zarifian, *L'émergence d'un peuple monde*, Paris: PUF, 1999.

⁴ Edward S. Saïd, *Culture et impérialisme*, Paris: Fayard essai, 11/2003.

* Gérard Paris-Clavel est graphiste et membre du collectif Ne pas plier.

** Brian Holmes est critique d'art et militant.

INTIMITÉ – RENCONTRES PARTICULIÈRES

Olga Kamienik (Certificat de cours postgrade HES)

Présentation

A travers mon expérience de travail, je constate que les groupes marginaux (les personnes handicapées, âgées, les requérants d'asile, les jeunes délinquants) restent déconnectés du reste de la société. Dans le monde actuel, où on parle beaucoup de la tolérance, de la valorisation des rôles de chacun et de l'intégration, la plupart de ces groupes sont amenés à vivre sous contrôle dans des institutions, isolés géographiquement et socialement.

L'intervention d'un artiste dans les différents milieux sociaux pour créer des liens entre eux, demande une réelle stratégie, une politique, qui valorisera les échanges créatifs et provoquera les ouvertures, les croisements des regards.

C'est dans cette optique que je travaille depuis trois ans en tant qu'artiste intervenante avec des jeunes vidéastes, à l'atelier du Foyer Clair Bois Pinchat. Les personnes du foyer sont dans une situation de polyhandicap et, avant leur insertion à Clair Bois, leurs chemins se sont croisés dans d'autres institutions, des liens se sont créés entre eux.

Ils vivent en situation de combat avec leurs déficits de santé, et ils bénéficient de très peu d'informations venant du monde extérieur. Ils ont souvent vécu des longues périodes dans les hôpitaux et d'autres milieux clos, séparés du reste de la société. Ceux qui ont décidé de participer à mon projet, avaient besoin de partager leurs expériences de vie, de se réapproprier leur vie, et pour ce faire, de rencontrer l'autre.

Les films réalisés à l'atelier de Clair Bois traitaient de sujets intimes. J'ai été touchée par la maturité, l'authenticité et la réelle expression artistique qui se dégagent de ces œuvres. Cela m'a donné l'idée de créer un réseau de liens qui permettrait d'échanger et de mettre en valeur les réalisations de ces auteurs de milieux différents.

Actuellement, nous (résidents et intervenants) développons ce projet, qui a comme finalité la création d'un réseau

de connections qui permettrait l'ouverture d'espaces sociaux favorisant les interactions individuelles et collectives.

Lors de cette expérience, il m'est devenu évident que ces interactions pouvaient s'articuler autour de la création artistique et non pas autour du handicap. Ces espaces interactifs ont un potentiel d'enrichissement réciproque pour tous les milieux concernés. J'aimerais trouver des nouvelles plateformes d'échange, détecter les points d'intérêt communs et mettre en valeur les acquis des participants de milieux différents.

Participants

ESBA: Olga Kamienik – direction du projet, Liliane Schneiter, Catherine Quéloz – professeurs, tutrices du projet, Amy Peck – photographe.

Foyer Clair Bois Pinchat: Alexandre Baumgartner, Sabrina Renlund, Daniel Rabina, Koba Prevedello – participants d'atelier. Sylvie Sublet, Christian Ramondetto – éducateurs.

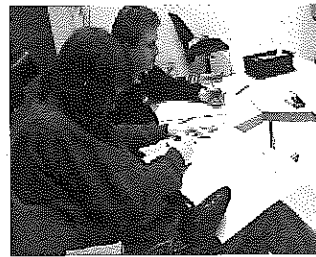
Denyse Piuze-Lavalée (psychomotricienne – ARCOR, Genève) – consultante, lectrice du projet.

Alexandre Jollien (philosophe, écrivain – Valais, CH) – conférence interactive avec les résidents de Clair Bois Pinchat prévue pour le mois d'avril.

Partenaires

Fondation Clair Bois, Genève; ESBA, Genève; Maison des Arts – Grütli & Fonction Cinéma, Genève; Cinéma Bio72, Carouge; Cap Loisirs, Genève.

Festival ARTEMOS, Vevey; Festival des films sur la différence, Lyon; salle d'exposition (à voir).



Buts

- Valoriser les acquis, les expériences de vie et les compétences professionnelles des participants.
- Créer des lieux permettant des rencontres propices au dialogue entre les participants.
- Développer mes compétences artistiques, relationnelles et pédagogiques.

Moyens

- Définir avec les participants de Clair Bois leur sujet et leur moyen d'expression
- Rencontres individuelles autour de la notion d'intimité et comment la traiter avec un support d'expression artistique.
- Travail par le biais de l'image (vidéo, projections, activité dessin, peinture, photographie) au Foyer Clair Bois Pinchat.
- Plateformes de discussion.
- Espaces de travail à l'extérieur – les salles de projection, les tournages en ville, les actions dans les endroits divers, les expositions.
- Recherches théoriques autour du thème de l'intimité et de l'autobiographie.

Pôles de travail

Je prévois de travailler sur cinq pôles différents :

1. Discussions avec les participants de Clair Bois Pinchat

Tout d'abord je pense déclencher le dialogue intime avec ces personnes autour de l'image de soi, de leur perception de l'intime, et de ce qu'ils pensent communiquer aux autres.

2. Projections – plateformes de discussion

Je pense qu'il serait intéressant de présenter un seul film à la fois. Cette projection sera suivie d'une discussion entre le réalisateur ou la réalisatrice et les personnes présentes lors de cet événement. Lieux des projections: Maison des Arts du Grütli, Genève; Cinéma Bio72, Carouge; Festival Artemo, Vevey; ESBA, Genève; Festival international des films sur la tolérance, Paris. Les projections seront ouvertes à tout public.

Propositions de films :

La vie continue, Daniel Rabina, 2005.

Daniel, résident de Clair Bois handicapé physiquement (se déplace uniquement en chaise roulante) explique, à travers l'image vidéo, son parcours de vie, et les difficultés qu'il rencontre dans la réalisation de sa vie professionnelle. Son rêve est de travailler dans son héritage familial, de devenir un maraîcher.

Débat sur les thèmes: «Image de soi – acceptation de sa situation».

Désir d'enfant, Sabrina Renlund, 2005.

Témoignage d'une femme handicapée physiquement qui cherche à travers son film à accepter l'impossibilité d'avoir un enfant.

Débat: à définir.

Mon frère et moi, Koba Prevedello.

Histoire de l'enfance de Koba partagée avec son frère et de leur séparation. La réalisatrice parle des points communs et

des différences entre sa vie et celle de son frère qui n'est pas handicapé. Le documentaire est le moyen choisi par Koba pour poser des questions profondes qui touchent à des sujets délicats pour elle: l'amour, le partage, l'acceptation de l'autre. Débat: à définir.

3. Création d'une activité d'expression à travers un atelier dessin, peinture, écriture, vidéo

Participants: Alexandre Baumgartner, Sabrina Renlund.

- Initier les participants aux techniques utilisées.
- Travailler avec chaque participant à travers différentes techniques choisies (vidéo, son, dessin, peinture, écriture).
- Développer l'expression autour de questionnements personnels par rapport à la relation avec l'autre, l'intimité.
- Établir des discussions autour de sujets: introspection, création de la biographie personnalisée.
- Proposer un support théorique: les lectures, la réflexion de groupe, les films, les débats avec les intervenants extérieurs.

4. Vidéo-reportage de 15 minutes

Réalisation, caméra: Olga Kamienik en collaboration avec Alexandre Baumgartner, Sabrina Renlund.

Ce travail se fera en relation avec les personnes de Clair Bois. Il va être réalisé sous forme de vidéo-streaming et sera constitué d'interviews, de paroles de participants, d'extraits des tournages dans différents espaces de travail et d'extraits de références vidéo.

5. Recherche théorique

Le point central, qui émerge déjà à la base de ce projet, c'est le caractère autobiographique qui habite de manière première la forme commune d'expression (images). L'acte autobiographique devient ainsi naturellement le fil conducteur et le sujet principal de ma recherche théorique.

Les thèmes principaux de la recherche sont: le concept d'autobiographie; le sens de l'autobiographie en lien à soi, à l'autre, au groupe; l'image comme moyen d'expression dans la démarche autobiographique; les témoignages des participants de Clair Bois autour des thèmes de l'intimité et de leur travail autobiographique.

Définition de mon rôle dans ce projet

Artiste-interventionniste. Éditrice des films.

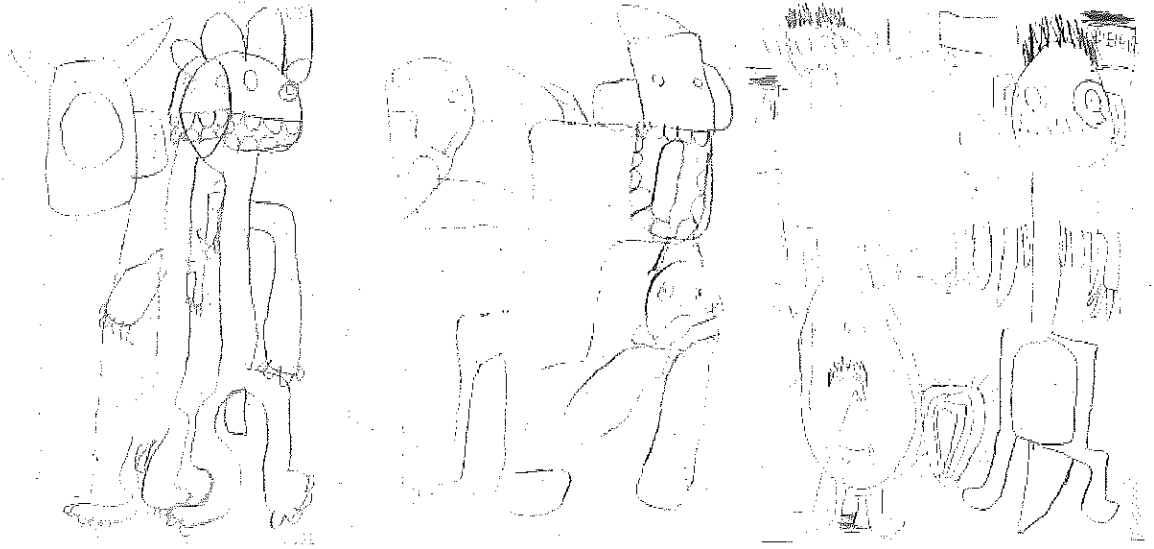
Pour mener à bien ce projet je vais continuer à développer mon rôle de conseillère et d'assistante technique pour la réalisation et la production de leurs films et d'autres travaux à l'atelier d'expression.

En ce qui concerne ces futures rencontres, je prendrai le rôle d'organisatrice et médiatrice afin de préparer les réalisateurs à ces événements, de diffuser l'information, et d'inviter les intervenants pour le débat.

Mes rôles en tant qu'artiste sont: de savoir, de sentir – je fais le même travail; de transmettre un savoir-faire, une pédagogie; d'initier une démarche et de chercher à construire des liens avec le monde extérieur.

Présentation de l'atelier vidéo du Foyer Clair Bois Pinchat

Créé en 1986 par l'Association des parents d'enfants infirmes moteurs cérébraux, le foyer Clair Bois Pinchat



accueil, en internat et en externat, des jeunes adultes poly-handicapés.

L'atelier vidéo Drôles d'Oiseaux a été créé en 1993 par Jean-Christophe Pastor, ancien élève de l'ESAV de Genève. Depuis son départ nous continuons sa démarche. Depuis trois ans, j'assiste une dizaine de résidents dans leurs activités à l'atelier vidéo, en collaboration avec Christian Ramondetto (artiste et éducateur) et Sylvie Sublet (spécialiste en montage et éducatrice).

La spécificité de l'outil vidéo se trouve dans la capacité à médiatiser rapidement les différentes formes d'expressions possibles, à mettre en jeu des choix et des positionnements, et, parfois à être confronté à sa propre image. Ainsi, l'image est utilisée comme support d'expression pour des personnes qui n'ont pas une pratique du langage élaborée ou qui ne bénéficient pas de l'expression verbale mais qui disposent

comme tout un chacun, de talents de création et surtout d'un point de vue personnel.

Les participants de cet atelier apprennent à développer la faculté de choisir et de définir les intérêts personnels, à utiliser une caméra et des logiciels de montage avec le matériel adapté, à construire un projet de film, à tourner ce projet et à le monter avec un degré d'expression personnelle le plus développé possible. Des compétences transversales sont développées: la communication avec autrui, le travail d'équipe, le partage des points de vue et la possibilité de faire ses propres choix.

Nous avons déjà expérimenté de nombreuses collaborations avec différentes organisations et plusieurs clients particuliers qui passent des commandes aux membres de l'atelier vidéo. Ces rencontres sont extrêmement enrichissantes pour l'ensemble des participants, elles révèlent l'importance des échanges. ¶

MULTIPLÔME

*microsillons: Marianne Guarino-Huet (Diplôme postgrade HES)
& Olivier Desvoignes (Année 3 HES)*

Un diplôme d'art a-t-il un sens aujourd'hui? Est-il lié à des compétences réelles ou seulement à une mythologie de l'artiste? Quelles sont les attentes liées à ce diplôme, que l'on soit étudiant, enseignant, directeur ou employeur? Est-il possible de lui imaginer une alternative satisfaisante?

Le propos de cette recherche est d'interroger la pertinence et la place du diplôme, spécialement celles du diplôme d'art, dans la société contemporaine. Après une réflexion autour de cette question, nous proposerons une alternative aussi crédible que possible à ce rituel actuellement incontournable du système scolaire.

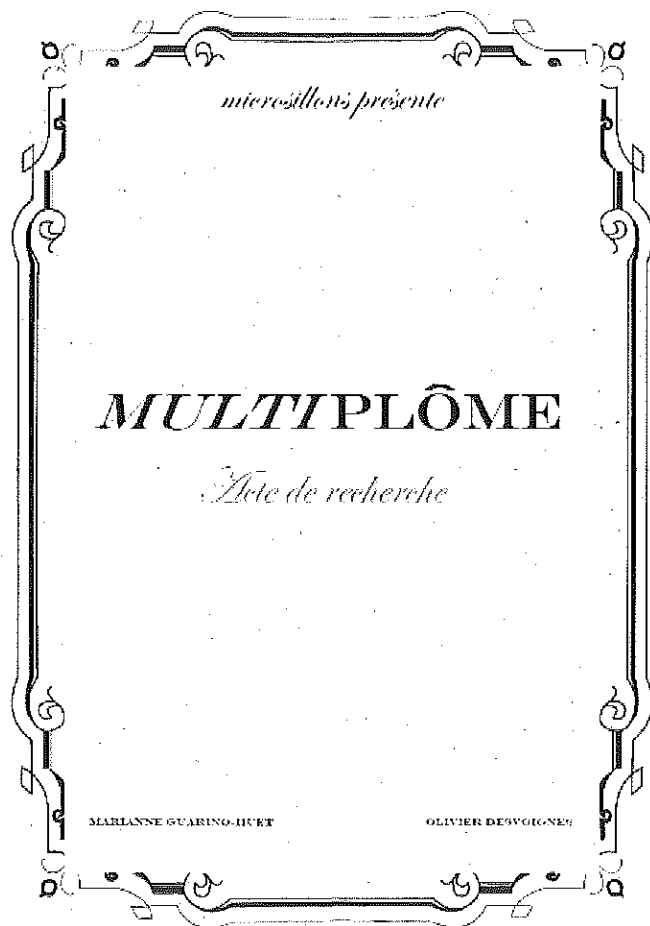
En abordant tout d'abord l'histoire du diplôme, nous chercherons à définir les conditions de la construction et de la perduration de ce système de légitimation. Quel est le capital symbolique de ce document? Comment est-il devenu une référence et une forme «esthétique» en soi, jusqu'aux parodies de diplôme sanctionnant les compétences les plus fantaisistes?

Les mutations en cours dans le système éducatif (comme dans l'ensemble des services publics), particulièrement autour

du processus de Bologne pour l'Europe, posent la question du statut du diplôme dans la société de la connaissance et du travail cognitif. Quelle place occupent ces changements au sein du phénomène actuel de la mondialisation néolibérale? Est-on face à une harmonisation effrénée menant à la libéralisation du système éducatif et à une course à la rentabilité?¹ La finalité d'un diplôme devrait-elle être uniquement liée à une forme de reconnaissance sociale et à l'accès au marché du travail? Les champs d'études qui n'auraient pas d'application directement exploitable par l'économie ont-ils encore droit au chapitre?

Bourdieu a mis en avant le rôle essentiel que le système éducatif joue dans la légitimation de l'ordre social. La légitimation du système se fait au travers de:

- L'idéologie du don: vision selon laquelle les aptitudes scolaires sont innées (on dit de quelqu'un qu'il est «doué» ou non pour telle discipline).
- Le verdict scolaire: réussite à l'examen (ou échec).



Le verdict scolaire est la reconnaissance du don, c'est-à-dire des capacités plus ou moins importantes de chaque individu à réussir.² Ce verdict scolaire sanctionne l'existence ou la non-existence de prétendus dons et apparaît comme étant indépendant de l'origine sociale puisque chacun a reçu le même enseignement: tous les enfants sont égaux face à l'école. Le système est donc légitimé même si ce système tend en fait à reproduire l'ordre social (les «héritiers»).

Nous interrogerons plus spécifiquement, parlant d'une position de futurs diplômés d'une école d'art, la valeur du diplôme d'art dans un tel contexte. Nous mettrons à jour ses spécificités, qui rendent l'application du schéma «managerial» qui se met en place dans l'ensemble du système éducatif encore plus problématique que pour d'autres domaines.

La deuxième partie de la recherche sera axée sur les alternatives au système d'éducation et d'évaluation classique.³ De nombreuses propositions viennent remettre en question

la validité de l'évaluation et de la sanction par un diplôme. Les années 70 ont notamment donné naissance à des types d'éducation différents: écoles libertaires, *Freie Klasse*, universités populaires... Peut-on envisager que de telles structures bénéficient d'une reconnaissance par des instances légitimantes ou sont-elles condamnées à rester des propositions marginales?

À l'heure d'Internet, quels potentiels recèlent le réseau dans l'apprentissage à distance (par exemple la *wikiuniversité* ou le Collège Invisible)? Quels problèmes se posent lorsqu'on se contente de reproduire virtuellement une structure réelle où l'étudiant se transforme de plus en plus en client (les grandes universités se livrent aujourd'hui à une course au cursus online débouchant sur un diplôme où figure leur prestigieux nom)?

Comment imaginer une forme d'évaluation qui pourrait se substituer ou se superposer au diplôme dans sa forme actuelle?

Le but et la conclusion provisoire de cette recherche sera la création d'un diplôme aux plis multiples, au propre comme au figuré, pensé comme une proposition crédible et applicable: un «multiplôme». Un diplôme n'a-t-il de valeur que parce qu'une légitimation institutionnelle lui a été attribuée? Qui peut légitimer? Est-il possible de se passer de l'institution (en l'occurrence l'école ou l'université)? Conscients que ces questions sont au cœur même de la problématique qui nous intéresse (en effet, même si l'on peut s'auto-enseigner, il semble délicat de s'auto-diplômer), nous laisserons au «multiplôme» certains signes extérieurs qui font du diplôme un document officiel (tampons, sceaux, signatures), non pas pour mimer la réalité mais pour ouvrir la discussion sur ce point précis. Ces signes pourraient par exemple être apposés par des personnes légitimées (professeurs, directeurs, employeurs...) pour contre-valider une auto-évaluation.

Cette proposition alternative sera nourrie des discussions issues de nos rencontres multiples, notamment celles ayant eu lieu autour d'un *workshop* sur le diplôme. Dans ce cadre, la pertinence du multiplôme sera interrogée, remise en cause, pour que ce document puisse être adapté au mieux à la multitude de formations et d'expériences qui peuvent jaloner les parcours personnels. ¶

¹ Sur les questions de privatisation de l'éducation, le capitalisme cognitif... voir notamment le site: <http://contre-conference.net/>

² À propos des concepts de «capital scolaire», d'«effet de titre», voir: Pierre Bourdieu, *Titres et quartiers de noblesse culturelle*, in *La distinction, critique sociale du jugement*, Paris: Les éditions de Minuit, 1979.

³ Voir par exemple le travail de bell hooks: *Bell hooks, Teaching to Transgress: Education as the Practice of Freedom*, New York: Routledge, 1994.

POLLUTIONS SONORES DANS L'ESPACE URBAIN, UNE RÉFLEXION SUR LE PRIX DU SILENCE

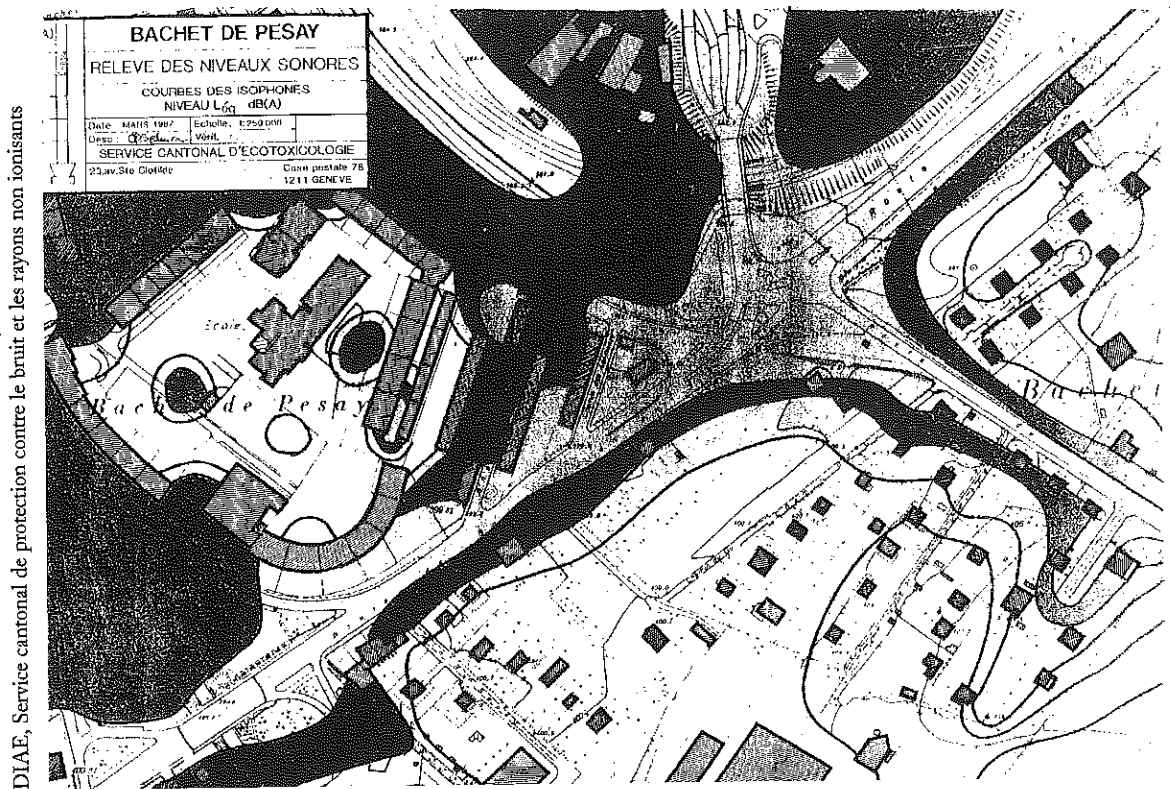
Marie-Avril Berthet (*Etudes postgrades, année 1*)

Le bruit n'a de loin pas toujours eu le même statut dans l'espace urbain. Dans une vision strictement environnementaliste, le bruit, comme les gaz ou les eaux usées, est un produit obligé de l'activité qu'est la vie: en cela il est un déchet, sans intention péjorative¹.

Le bruit se différencie pourtant de manière essentielle des autres déchets en cela qu'il n'est pas (ou quasiment jamais)

mortel et que seul celui qui le subit est à même de juger de sa nocivité avec des seuils différents selon le sexe, l'âge, la classe sociale, la culture, l'éducation, le degré de fatigue ou même le moment de la journée, autant de facteurs qui différencient les individus dans un lieu donné et à un moment donné².

On trouve, autour du bruit de la ville, une mythologie dont le quasi romantisme semble aujourd'hui un peu désuet.



Une ville qui fait du bruit est une ville qui se porte bien³, peut-être osera-t-elle ponctuellement déranger l'artiste en quête d'inspiration.⁴ Il y a en réalité un lien très puissant entre le silence et l'argent, car si le silence s'achète (dans tous les sens du terme), il est la condition d'accès à un cadre de vie luxueux.⁵ Le silence est sans nul doute une valeur bourgeoise qui matérialise l'homogénéité du quartier bourgeois par opposition au quartier populaire multifonctionnel et donc bruyant.

Dans la ville contemporaine, la pollution sonore est devenue un fléau: elle est un puissant révélateur du conflit entre les différentes fonctionnalités de l'espace urbain.⁶ La ville se révèle en fait comme un espace «par défaut» dont les habitants ne sont pas acteurs mais consommateurs. Cela n'est pas nouveau, mais la conception de l'espace privé, du droit à la «privacité» et de la vie collective ont considérablement modifié la tolérance au bruit en général et au bruit de «l'autre» en particulier: la réponse policière, seule réponse aux conflits liés au bruit cristallise le manque de cohésion sociale. Le déchet sonore devient le centre des pratiques musicales contre-culturelles⁷

qui insultent et assourdissent le citoyen endormi.

Pourtant, ne dit-on pas d'un quartier qu'il est «mort»? Le silence, antithèse du bruit et enveloppe de la mort, ne représente en aucun cas une alternative à la pollution sonore. C'est là que réside toute l'ambiguïté: le bruit, dont la gêne est plus intime que normative, élargit sensiblement le concept de pollution à la vie sociale: il devient un puissant révélateur du manque de cohésion sociale. ¶

¹ voir *La ville, le son, le bruit*, Géocarrefour vol. 78, Université de Lyon, 2003.

² voir *Ordonnance sur la protection contre le bruit*, www.admin.ch/f/rs/814_41/index.html

³ Walter Benjamin, *Paris, capitale du XIX^e siècle*, Paris: Allia, 2005.

⁴ voir l'œuvre de J.-M. G. Le Clézio et ses expériences d'écriture en caisson isolant.

⁵ Charles Beaudelaire, *Les fleurs du mal*, Paris: Le livre de poche, 1993.

⁶ *Plan d'assainissement du bruit routier* selon OPB art 19, <http://etat.geneve.ch/dt/site/master-home.jsp> et taper «bruit».

⁷ Greil Markus, *Lipstick traces, une histoire secrète du XIX^e siècle*, Paris: Allia, 1999. Et Laurent Garnier et David Brun-Lambert, *Electrochose*, Paris: Flammarion, 2003.

THE ART OF TOYOTA

Diego Castro (*Etudes postgrades, année 1*)

The art of Toyota analyse l'impact du post-fordisme sur le fonctionnement des institutions d'art. Dans ce texte critique, je décris comment le changement des hiérarchies internes – le management participatif – et les modalités du financement, en particulier le sponsoring sous la forme du partenariat privé-public sont les résultats d'une démarche néolibérale qui induit le retrait du gouvernement de ses responsabilités culturelles, et à quel point cela affecte le discours artistique et la liberté d'expression.

Le projet se constitue de trois éléments: 1. Un travail de recherche et d'écriture critique 2. Une partie curatoriale pour laquelle je vais inviter des artistes et des curateurs indépendants à participer, en créant un manifeste à propos de cette thématique 3. Une partie performative pour laquelle je vais inviter un acteur/performeur à faire la proclamation de ces manifestes sous la forme d'actions pirates dans les institutions concernées (musées, sponsors, etc.).

THE ART OF TOYOTA

1997, the year the Guggenheim in Bilbao opened, was a year a landmark was set – not only physically in form of the oddly shaped building at the shore of the river Nervión, designed by America's top-architect Frank O. Gehry – but by changing the parameters for the art institution: The mega-art institution.

What has ever since been referred to as the Bilbao-effect is the synergetic consequences larger investment in a museum project can achieve for an entire economic area. The gentrifying and revitalizing effect on the recession-plagued Basque country set in relation to the efforts and expenses made to realise this mission seems to justify the economic dimensions of this museum project. Over 6 Million people have visited the museum so far, 80% of the tourists claim they come to Bilbao only to see the Guggenheim.

In 2001, the *Financial Times* estimated that the museum had generated 500 million² in economic activity for the region during its first three years, plus 100 million in taxes. Even in 2002 – the worst year in memory for international tourism – Guggenheim patrons contributed some 160 million Euros to the local economy.¹

Attempts to use this synergetic effect have since then been seen in many other cities, like Barcelona, where the MACBA was part of a plan to clean up the mysterious, chaotic and come-down "Raval" district, the formerly infamous red-light district "Barrio Chino". The erection of the MACBA was intended to be one of the main motors of the invasion-succession cycle of this quarter's projected gentrification and succeeded in helping to establish a new middle-class infrastructure in the formerly poorest part of town. Yet, problems of illegal immigration in this area have become an unforeseen obstacle in this process. Today, the curators seem, though, to have realised these problems and are developing concepts of integrating the quarter's reality into the museum's work. Personally, I think that this is a respectful mission, although it seems to me that the overwhelming impact the museum has already had in this part of town is hard to compete with.

Nevertheless, the idea is very clear: build a museum, so big it could be a mall. Thinking about it, it should be a mall!

Coffee-Shop, lounge, skate-park, large bookstores and design shop...

Is the mallisation and commercialisation of the art institution the only imaginable way to guarantee the existence of art institutions and the only platform for artistic discourse in the future? And what are those new parameters for the development of mega-institutions?

One instrument to exercise political pressure on the Art Institution is the populist call for its efficiency. We're dealing with a term borrowed from business jargon, describing a strategy that is used to define the legitimacy of a business branch or institution, according to its profitable streamline. The governmental decision, whether to increase the budget of an institution or not depends on economic parameters, such as profit, popularity or projected growth. [...]

Used in the context of the Art or Cultural Institution though, the application of parameters of this kind very often has to be regarded as seemingly unfounded. It is a sad truth that quite some of the prospected synergetic effects of building a new art centre seem to be overrated by the sponsors and public authorities. A good example is the closing down of the Guggenheim Las Vegas in 2003, only 15 months after its opening. The museum's populist program could not compete with the city's main attraction: gambling. Maybe the Guggenheim Foundation shouldn't have gambled on turning gamblers into art-lovers...

The Bilbao-effect cannot be reproduced in any Western European or American City and sometimes it seems that this is not even the intention. In governmental decision-making the evocation of the Bilbao-effect often is merely used as an excuse for deregulation of the traditional funding schemes.

What we have here is rather a construct that serves as a catalyst for a governmental withdrawal from its responsibility to foster culture.

By use of this terminology or business discourse the institution is subject to an artificial cut-throat competition. The goal, however, is not to put public-funded culture in competition with private sponsored initiatives. Instead it is an attempt to forge the institution to fit the demand of the open market, that is to say, to survive outside the paternal system of public cultural funding. It is used to justify deregulatory actions in the cultural sector or the closing down of unpopular institutions as well as institutions with an unpopular program (too arty, too vanguardist, too critical, etc.) or else, for the privatisation of institutions.

The efficiency of the institution is defined by its popularity. The number of visitors is one of the first indicators for eligibility of a museum or public gallery to be mentioned. The public opinion on the institution's programme, its architecture and function as a social space, as well as its reputation are important aspects to enterprises who want to get involved in art-sponsoring.

These companies are interested in diffusing their profile as companies of high performance with a positive entrepreneurial philosophy. The corporations of the New Economy* have a widely invested structure: The Trademark doesn't stand for one kind of product or service anymore. Rather it represents the identity of an enterprise, that involves in a variety of different businesses and performances in numerous sectors. The trademark, the brand logo, is a concept of multiple uses, which represents a corporate identity, which is

designed to be deliberately confused with a philosophy, a life style, a way of life.

The trademark becomes a virtual value, and thus the value of the joint-stock company, becomes just as virtual. In a great deal, its value will depend on the demand on the products and services, which is based entirely on the popularity of the company's public image. The value can hence be increased by enhancing its company's image. This will have a positive influence on the company's quoting.

The neo-liberal company will choose to cooperate with an art institution, taking advantage from the positive connotation of being a noble catalyst for culture/the arts, as a synergetic effect of such an alliance or partnership, by selling it as a form of social responsibility. More than that, sponsoring – besides being 100% tax deductible – of art institutions has a positive effect on the establishment of a company's corporate identity³. It is considered as a means to foster identification with the company and motivation to get more involved, that is, to give way to the extension of the company's influence on the employee's private life. The reasons for this are very simple: Once you get the employee to largely identify with the corporate identity, in combination with flattened corporate hierarchy, he will feel responsible (see also⁶) for his company's growth and wealth.

At this point he will – mesmerised by participative management phantasmagoria – accept to work overtime, getting calls from his boss in his leisure time to come back to the office and get some important work done, he will accept to abstain from wage rise and be ready to work for less in general and thus provide a greater flexibility for the company's performance.⁴ (This is by the way a working philosophy widely-used in art-institutions.)

The form of partnership most frequently established in this sector is the so-called public-private partnership. Public-private partnership (PPP) is a variation of privatisation in which elements of a service previously run solely by the public sector are provided through a partnership between the government and one or more private sector companies. Unlike a full privatization scheme, in which the new venture is expected to function like any other private business, the government continues to participate in some way.

Typically, a private sector consortium forms a special company called a "special purpose vehicle" (SPV), in order to build and maintain the asset. The consortium is usually made of a building contractor, a maintenance company and a bank lender. It is the SPV that signs the contract with the government and with subcontractors to build the facility and then maintain it. A typical PPP example would be a hospital building financed and constructed by a private developer and then leased to the hospital authority. The private developer then acts as landlord, providing housekeeping and other non-medical services, while the hospital itself provides the medical services.

A PPP between a Museum and – let's say a tobacco company like the Phillip Morris Foundation or a brewery, the Beck's Futures Initiative (although the most common partners here are banks and insurance companies, like for example the Deka Bank and the Frankfurter Kunstverein)^{5,6} looks slightly different: Usually the relation between public authorities and the private investor is conversed, that is, the museum is run by the state or municipality, while being built from multiple private and public funds and above all, having

the production of the shows predominantly sponsored by privates or other external art funds, like the British Council or the Institut für Auslandsbeziehungen (IfA), which again are governmental, but basically sponsor art exportation, like in the case of the YBA.

In return, private and external sponsors demand a positive representation of the brand, in the sense mentioned above.³

Now you might ask yourself: What are the motivations for companies to invest in culture, besides the positive effect on corporate identity? Aren't there more profitable areas to invest in?

First of all, the companies often establish their own art-foundations as non-profit making organizations, which allows them to declare their involvement as a benefit performance and hence to deduct their investments partly or entirely from the tax, on a scale that would go beyond the scope of the deductions that could be made for regular advertisement.

On the surface, this could seem as nothing more than just an elaborate way of advertisement. The reality is more complex, though. Apart from improving the company's image, there is another point of interest to the companies of the New Economy: A big part of the investment is of a local, almost protectionist character. The goal is to foster and to increase the attraction of local, regional or national business locations.⁷

Another target figure of Post-Fordism or Toyotism, which is largely applied in the new economy, is the flattening of hierarchies. This results in an increased identification with the company and hence provides a greater flexibility, as mentioned above. Another result from this is that everybody is in competition with each others. The aim is to establish a climate of rivalry. Competition is the most welcome stimulus to increase (intellectual) productivity. This is a wind that also blows in art institutions under these premises. The product though, is not awareness of art, culture or society in an intermediate way.

It is rather an increase of the number of visitors and hence the amount of money coming in from ticket sales, the bookshop or the cafeteria, plus a greater number of events that provide an encounter with artists and cultural activists for a new elite in society, the "creative class".⁸

In a more holistic way, the increase of creative competition plays a widely invested role in an economic system, where property on physical resources loses and intellectual property gains significance.⁹

In the context of the museum though, it should be mentioned, that while the institutions apply more and more populist schemes to reach a broader and hence more numerous public, the entrance fees have risen drastically in the past 20 years. Some sources speak of up to 30%.

In anticipatory obedience, the institutions react on the demands of their (prospective) sponsors.

Apart from megalomaniac super-shows in the big museums, you will find a tendency in public exhibition venues more likely to show vanguard art, to promote events that have a rather cultural than artistic connotation. Funnily enough, in this unfortunate blending of art and populism, it is not only the curators who work as a catalyst to this development, but also the artists themselves who in a naïve way perform the démontage of the artistic discourse for the sake of a bigger popularity.

Don't get me wrong: there is nothing wrong with artists who cook or spin some records in an art exhibiton. And I'm definitely the last one to not appreciate a good party. In my opinion it is way too often though, that the form of a social event is misunderstood as being an artistic content by itself. The medium is not the message. And just activating the institution as a social space is far away from being an artistic practice. Many artists in the nineties tried to establish platforms for participatory, interactive and democratic interventions in art institutions. Disregarding the fact that interactivity is a myth¹⁰, and that what people call interactive rather means participatory in a more complex, uneasy-to-see-thru system of delegation, and therefore inter-passive way, many artists in the nineties fooled themselves into thinking, that transforming the institution into a more social and less hierarchic place, could overwhelm the austerity of the artistic discourse, in order to reach a utopian projection: art for the masses.

The artistic discourse is, and in history has always been, a minority discourse, like subcultures. Just take the modernist elites as an example. The Dadaists, as one example to be mentioned, were despite their doubtless importance in art history, a small group of underground artists, whose activity was not institutionalised at its very existence (unless you consider the Cabaret Voltaire an institution).

The populist demand, that art should be something, everybody can understand, is nonsensical. In the same way, the idea, that art should be something that everybody is able to participate in, is a self-delusion. Attempts to establish this form of misguided concept as a paradigmatic standard for a successful art show have in the recent past lead to a form of simulacrum of the classic happening, that is, a commercial surrogate. In a worst case scenario this is the participatory energy of the happening transposed on a temporary dance-floor on a vernissage, where neither the music, nor the dancing add anything to the artistic work, but are rather a means to populate the museum and make the institution look less rigid.

Nevertheless, the often-seen lack of artistic discourse in this context leaves a gap that can easily be filled with an impostor's discourse: The sponsor. Just imagine Rirkrit Tiravanija, cooking, making people come together, supposing a time for exchange and discussion (which is of course never going to take place, at least only in rare cases the discussions actually deal with exhibition's topic), represented by a catalogue text, providing the usual blah on social spheres and platforms and dialogues etc., sponsored by, let's say Benetton. What you would have as a result from this imaginary example, is a congruent reproduction of the company's philosophy. Corporations of the New Economy have understood to involve the idea of participatory democracy and pluralism into their integrationist discourse.

For example, what the music industry, above all MTV, sells today as the end of the mainstream is in fact, the death of the underground or independent music production. It is not pluralistic; it is an extension of the domain of something formerly known as the mainstream. Pluralism is something that has to be grounded in diverse possibilities for production and distribution. If that kind of diversity is not provided, the hegemonial structure of larger cultural industries is extended on independent production and the result is – of course – dependency. In today's music business this is a rather political than formal question. The formal maxime of

the big music business in fact is granting diversity. But then again, there is much more pressure on the content, that is, the lyrics or the behaviour, social or political, of the artist. There are certain limits to the things that can be said and the behaviour, social or political, that will be tolerated. Although there is a certain tolerance about criticism in integrative aesthetics, as you can find in advertising, there always will be certain limitations of the things to be tolerated by the industry, that is, a serious critique of the company and its philosophy. When it comes to making the industry look really bad, it'll be the end of the road.

Now, this is a scenario very well known for its notorious presence in popular culture. But those wings are spreading on other parts of culture, too. One of them is the Fine Arts. Just transpose the whole situation on the Fine Arts sector. Of course, I don't want to completely demonise private involvement in art sponsoring, but I think that, even though quite a few curators have been clever enough to involve private sponsors without really satisfying them, and even though a lot of art shows provide a respectable critical discourse despite their sponsors, we have to be really careful: somebody is pissing in our territory. What we have here, is the same kind of mentality that leads to the mallisation and privatisation of public space/sphere. We are in a struggle for space and significance.

Many Institutions provide, be it deliberately or involuntarily, in co-operation with private sponsors and the public authorities, a false democratic discourse. In an integrative practice that differs notably from assimilation, pluralism here is being simulated. It is in fact instrumentalised and depoliticised and often artworks here are used in an illustrative way and artists are being patronised by the institutional context. This has as a result that – on a more subtle level – minority or critical discourse is being enfeebled, as it is embedded in an alleged democratic and pluralist discourse, which is however nothing but the extension of hegemonial predominance. In order to understand this strategy, it might be helpful to reconsider Herbert Marcuse's concept of repressive tolerance. According to Marcuse this form of tolerance implicates the acceptance of repressive and hegemonial power structures and thus multiplies the dominant sway.¹¹ (see also²)

As I said it before, art, with all its codes and secret significations, is a hermetic, elitist discourse, that needs to be preserved, just like any subcultural discourse, at least if you believe in the need of having a multi-cultural, diversified society, as opposed to a conformist, assimilative or integrative (this might seem like a contradiction in terms, but I fact it is not¹²) cultural mainstream, based on hegemonial mass-consensus.

Art usually happens on a linguistic level for adepts. This communication can be opened to outsiders to a certain level by curators, critics and mediators under certain circumstances. Most of the times in a contemporary art institution that has decided to go "popular", it basically is the curator's job (or should I say the intern's job?) to delegate criticism, to reflect the artworks for the spectator and give him a blurb of his thoughts on the artwork, so art becomes more easy to digest and consequently more popular.

But once you really make an effort, to get the artists message, without relying on a third party you might be already compromised enough with the artistic discourse. This proves

that art just cannot be "consumed", in the sense of consumerism. It takes a big effort. If it can be consumed, it is a spectacle and belongs to the (mass-) cultural sphere. And this is why populism doesn't work in the field of art. The only thing it does is destroying the institution by removing its purpose: the representation of art. ¶

Maybe artists should consider that the place where the avant-garde happens is somewhere beyond institutional compromise.

* The term "New Economy" in this text is used in the epochal sense. It does not describe the economy exclusively linked to the new market (like NEMAX etc.), more accurately, it describes a whole new tendency in world-economics, that implies some of the new market and dot-com and globalisation strategies into the old economy, as an enhanced structure of the *capital*.

¹ Gordon T. Anderson, *The Milwaukee Effect*, CNN/Money staff.

² Jorge Ribalta, *Mediation and Construction of Publics, the MACBA Experience*, Republicart 2004/04.

³ Thiel, Wolfgang, *Private Geldgeber – Möglichkeiten und Grenzen für die Selbsthilfe-Unterstützung in DAG SHG e.V. (Hrsg.): selbsthilfegruppen-jahrbuch*, 1999, Gießen, S. 89-96.

⁴ Richard Sennett, *The corrosion of character*, W.W. Norton, New York, 1998.

⁵ [Mit der konzeptionellen Förderung schlägt die DekaBank zugleich eine Brücke zur eigenen Kunstsammlung des 21. Jahrhunderts, die in der Konzernzentrale in Frankfurt am Main sowie in den Tochtergesellschaften im In- und Ausland in die Unternehmenskultur integriert ist. Die Einbeziehung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die Angebote der Partnerinstitutionen ist ein wichtiger Bestandteil des Kulturengagements.] *Statement on the PPP between the Deka-Bank and the Frankfurter Kunstverein on the Kunstverein's Website.*

⁶ [«Kunst gehört bei uns im Hause als inspirierende Kraft in einen Wertekanon von Vertrauen, Leistung und Verantwortung, den alle Mitarbeiter entwickelt und im Leitbild der Bank verankert haben. In gesellschaftlichem Bewusstsein füreinander einzustehen bedeutet für uns selbstverständlich auch, dass wir uns intern wie extern messen lassen», erläutert Axel Weber, Vorsitzender des Vorstandes der DekaBank, die programmatische Ausrichtung des Konzepts.] *Statement on the PPP between the Deka-Bank and the Frankfurter Kunstverein on the Kunstverein's Website (This cooperation ended by the end of 2005).*

⁷ [In den letzten Jahren hat das Interesse an Kunst und Kultur breitere Teile der Bevölkerung erfaßt als je zuvor. Die Gründe dafür sind mannigfaltig und können an dieser Stelle nur angedeutet werden. So spielt zum Beispiel die schon erwähnte Integration in übergeordnete Marketingstrategien von privaten Unternehmen oder im Rahmen der zunehmenden Städte, Regionen und Länderkonkurrenzen eine erhebliche Rolle. Kunst wurde von Firmen als Werbe- und Imagefaktor entdeckt, etliche Städte und Länder haben sich mittlerweile den Beinamen «Kulturstadt» oder «Kulturland» gegeben. Ein wichtiger Faktor ist aber auch die steigende Bedeutung von Kunst und Kultur für die Identifikation der Bevölkerung mit ihrer eigenen Stadt oder Region, für die Entwicklung des Selbstbewußtseins ihrer Bürgerinnen und Bürger. Kulturelle Einrichtungen werden sehr hoch eingeschätzt – auch von jenen, die sie selbst kaum oder gar nicht nutzen. Linz ist dafür ein besonders gutes Beispiel, wie Umfragen bestätigen.

Zur «Kulturalisierung» der Gesellschaft trägt auch das allgemein höhere Bildungsniveau der Bevölkerung bei. In Verbindung mit einer Entwicklung, die in Zukunft zweifellos ein Mehr an Freizeit bzw. flexiblere Freizeitgestaltung bringen wird, entsteht dadurch ein viel fältigeres und mit mehreren Berührungspunkten versehenes Verhältnis von Kultur und Bevölkerung. Schließlich sei als letztes Beispiel noch darauf verwiesen, daß Kunst und Kultur in Zeiten von allgemeiner Verunsicherung über zukünftige Entwicklungen oder gar bei Verlust von traditionellen Werten (Religion, gesellschaftliche Utopien...) für manche als «sinnstiftender» Ersatz dienen.] *This text fragment I found on the Site of the Austrian City of Linz describes the city council's concept on promotion of culture. It describes the increased importance of cultural investments for the local development and identification with it, as well as stating the importance of literacy for the (economical) attractiveness of the region/ city. As a last stunning point in this text, there is a hint of how to reinforce governmental hegemony by using neo-liberal strategy, that is to say, their sole interest doesn't seem to be merely based on economic growth, but too in regaining authoritarian significance (not only on the political but as well on a philosophical, even theistic level) which is opposed to post-fordist theory and hence makes a quiet schizophrenic blend.*

<http://www.linz.at/kultur/kep/aufgabe.html>

⁸ Richard Florida, *Cities and the creative class*, Carnegie Mellon University, 2000.

⁹ Smith&Parr, *Valuation of Intellectual Property and Intangible Assets*, 3rd Edition, Wiley 2000.

¹⁰ Robert Pfaller, *Interpassivität*, ISBN 321183303X.

¹¹ Herbert Marcuse, *Repressive Tolerance*, Brandeis University, 1965.

<http://www.marcuse.org/herbert/pubs/60spubs/65repressivetolerance.htm>

WHAT THE FUCK IS STREET ART, ANYWAY?

Adrien Laubscher (*Etudes postgrades, année 1*)

«What the Fuck is Street Art, Anyway?» est un projet de recherche sur l'art et le commerce. Cette recherche débutera avec un historique afin de pouvoir clarifier ce qu'est le Street Art et toutes les notions qui s'y rattachent.

Lorsque l'on se plonge de près sur les pratiques artistiques urbaines, il s'avère qu'il est possible d'en faire une lecture qui les place dans la continuité de l'histoire de l'art et que certaines d'entre elles on eu des précédents à d'autres époques. A présent que l'industrie du «Cool» s'est saisi de son imagerie, les liens avec des intérêts économiques et l'industrie sont de plus en plus nombreux. Ces contrats peuvent-ils détruire l'intégrité de ce mouvement et se l'approprier? Je ne peux m'empêcher de penser qu'un pouvoir ne pourra jamais récupérer et contrôler une contre-culture qui s'illustre par son illégalité.

Le côté hors-la-loi et rebelle de ces pratiques sont des formes de résistance et constituent une réponse à l'establishment. Ma recherche se penchera sur la pratique d'artistes-entrepreneurs et fera un inventaire des situations dans lesquelles ces artistes on pu développer ce qui s'appelle «The Robin Hood Technique».

As it is useful to link theory and practice, my research project is a binary one. Readings and writings will constitute the theoretical core of the research; the video essay and forthcoming side projects will constitute the project's body or field of application. My research is a field study/project, akin to the idea of Concrete Theory⁷

I have observed the graffiti scene closely for quite some time. I can remember going to New York and Washington DC in 1989, as a 15 year old Swiss skateboarder, and being really attentive in the streets, spotting new stuff and stylish tags and graffiti. It made me feel like a special individual, with the opportunity to discover things that others simply ignore and overlook by concentrating mainly on their feet. I felt that this art was really beautiful and that it was addressed to me. Coming from a small town, I enjoyed visiting big cities and walking in the streets, trying to capture the life of the city, looking carefully at the architecture and scanning the walls and the urban furniture for commercial and illegal human traces. I tried to look at common and familiar things with a lively eye, and an alternative approach, an oblique look.

I also remember that in 1989 I visited the MOMA to see the Andy Warhol retrospective. But the shopping experience at Keith Haring's Pop Shop on Lafayette Street occupies a special place in my memory. It was an alternative venue in the urban NYC landscape. The atmosphere there was a bit weird; it had become a type of sanctuary or chapel cum street museum, splattered with exploding paint and expressive drawings on all the walls. Every inch from floor to ceiling was covered with paint. The paintings echoed a life in sharp contrast to the cold glass display cases presenting Haring's products, the morbid waiting line ropes leading to the cash register. I remember buying some clothes featuring Keith Haring's patented dancing characters. These were originals, super quality fabrics and prints. I still have them today, and can wear them after more than a 100 washes! As a shopping act, it felt really different; it had an alternative twist, a perfume of exclusivity and authenticity. I enjoyed going there immensely; in fact we had to go back a second time as during the first visit I was given a poster with the entire products and clothing collection on it. I asked if we could return to get some more stuff. Some things I had not seen in the shop, and having spotted them on the poster I wanted to go back to complete my artistic T-shirt collection. I vaguely knew at the time that Keith Haring had started in the subway; someone even told me that he was arrested for doing so, and that he used chalk to draw on empty black ad spaces.

The summer after I visited NYC, I started tagging and helped a friend to do a pink RAP piece that is now one more layer of paint in my local Writers Culture.

I am fascinated by our need to interpret chaos and give meaning to seemingly abstract forms.

Ryan McGinness

So here I am almost twenty years later, formulating my own theory of this art form that some trace back to prehistoric cave paintings. Today it is trendy and up to date to talk about Street Art. What I used to call Graff is now often mixed implicitly with Street Art. What is Street Art? Street Art developed in the public space. It includes the following distinctive forms: Vandalist Art, Guerrilla Art, Public Art, Sticker Art, Stencil Art, Performance Art, Writers and Bombing... What happened during these past fifteen years? What are the new definitions and notions that are associated with Street Art? What artistic developments and theoretical expressions generated these new stylistic terms? I want to expose the gaps in the Street Art theory and the notion of Public Art, and will attempt to highlight the link between contemporary art history and the Hype Art/commercial niche markets.

A new breed of artist-entrepreneurs penetrated the economic field by creating an avant-gardist market, using such instruments as: limited editions, customization and customized editions, artists collaborations, artists sponsoring. The multiples from these little series have the commercial finish of mass products plus the handmade feel of true originals. The consumer/producer reaction to the massification dynamics led to a vernacular comeback. Yet we have come full cycle, as the rareness of the hand-made series and the supplement of soul they provide made them symbols of enlightened shopping acts that reflect the individual need to resist cultural homogenization.

Is this need another manifestation of our hyper-individualistic society?

The new definition of the Art Multiple challenges the status of art objects, and shifts public attention from the galleries to the trendy shops. At times, like any other avant-gardist cultural dynamic, it becomes a marketing argument. These creative individuals, I like to call mass artists, have the phantom of Pop Art flying over their heads. The ghost of Andy Warhol inspires them to bridge the gap between high culture and Pop Culture, and link art production with mass production. It appears that for these corporate fine artists the idea of reaching the masses, of being a part of the game and having a window on the mainstream, is essential.

As I started researching the artistic terminology, I found that there is considerable confusion in art theory regarding Street Art practices. I will make an attempt to clarify this theoretical chaos by developing the Street Culture definition and look at all art history linked to urbanism and the streets. I wish to do away with stereotypes and projections that usually alter interpretations. I would also like to point out that the traditional definition of contemporary art is increasingly reminiscent of the ex-British Empire – as it encompasses more and more other cultural forms, it loses its substance!

Like everything in neo-liberal societies, art is a business. Counterculture – a term coined in the 60s – is also a business. However, underground trends tend to find a mainstream echo in a shorter and shorter time. It is the job of the trendsetters and the cool hunters to transport the information from the streets to the offices as fast as they can, and competition makes them increasingly efficient. The time between the idea and its commercial materialization has been stretched. What future awaits the underground and the street rebels as the timespan between the spotting of a new trend and the arrival of a new product in supermarket displays picks up speed?

While discussing art and artists, I remember mentioning Dali or Tinguely, and hearing things like, "Yeah, the guy who did the T-shirts". Whenever I had Pop Art shirts on, nobody ever reacted in this way. Why?

At the time, cooperation with the corporate world made an artist's work less credible in the almighty critics' eyes. Well those were the cynical 80s and the pseudo conscious 90s! And so what? I had artists' T-shirts when I was a teenager and really loved them. They had something more than the others, a special value, an extra connection with art. I think it was a great idea for these artists to license some of their works to be edited on those wearable multiples.

The day I went to Haring's Pop Shop, I was amazed, enlightened. Looking back, I believe it is because I was proud that Haring was part of the corporate landscape and that I could access it if I wanted to. It was an insider's brand, not the cheap copies you find at the supermarket.

The quest for authenticity on a personal and on a material level has challenged the actual business model of today's art world. Since originality offers a way of standing out from the mass, of being an authentic individual, everything that is limited, customized or signed has a great commercial future. This market is an alternative to mainstream consumerism, an elite of mass resistance through insider shopping competition. Hype spotters are heavy collectors who value the fact that the industrial items they worship have an extra arty aura,

some kind of symbolic bonus for a better everyday life! With accumulation, they reflect, or even reproduce, some of the dynamics of mass uniformization. The arty-collector market (hype spotters, Otakus, Cosplay, limited edition freaks, art toys and artists' products collectors) relies on an expressionist bunch of shoppers who in part define their identity by what and where they shop, who designed the product, and how they acquired it!

I will study the case of two opposed artistic positions: Futura 2000², the 80s graffiti legend, who is gradually becoming a brand, and self-taught street artist Chris Johanson who talks about unbranding (removing the tags) from his items of clothing, and refuses to be associated in any way with any brands.

One thing that has never been acknowledged in the art world is that mass production cooperation could be a positive thing for an artist, for the art audience and for art in general... To my eyes, artists who sell products, be it in a super-market or in a gallery, priced at five bucks or tens of thousands of dollars, are two manifestations of the same thing with two different outputs. I can't judge artistic quality only by the transaction context and other economic parameters. It seems that to survive as an artist, you have to sell!

The "Sponsorship" exhibition³ of Ryan McGinness⁴ at the BLK/MRKT gallery is a brilliant pioneer move that shows the potential of art as a payback weapon. The fact of being represented by famous galleries, or to work as a creative in the corporate economy, are two different applications of creativity and two different realities in which what I call art can find its place. Two different versions of the reality of working as an artist, two different definitions of art as practice and art as product – and again – two different ideas of the same thing. As an example of a paranoid critique cultural practice, echoing the saying "I make billboards by day and I free them at night", I would like to quote the official website presentation of the Black Market Agency⁵:

"BLK/MRKT is a creative agency best known for our ability to integrate a message directly into today's youth-oriented culture. We've been providing engaging visual communication, fresh ideas and strong brand identities since 1996, attracting companies like Adidas and Warner Bros., as well as boutique brands looking for a unique approach. We maintain an acute understanding of cultural climates and a dedication to precision research to insure that campaigns we are involved in appeal to the hard-to-reach trendsetter without alienating the general consumer. We work with our clients to unlock a brand's cultural energy utilizing effective and inspiring strategies; creative solutions that can penetrate the world of the add-savvy consumer. Whether reworking an established brand like Mountain Dew or creating a new identity system, the BLK/MRKT mantra remains the same: create dynamic campaigns that incite interest, awareness, and audience acceptance. Communication as an art."

As a kind of reaction to the concept of the ready-made, the reverse ready-made concept is about to be captured. This anti-ready-made concept still uses art notions and commercial mass production as its main elements, but it reverses the traditional Duchampian equation: instead of introducing commerce into art, it introduces art into commerce.

Since the state is abandoning its art and cultural funding role, corporations and private investors have stepped in as the

new major supporters of culture. Artists became more autonomous and found new channels to promote their ideas and obtain funds for their projects.

It is a positive evolution in the business world that companies now turn directly to artists instead of going for the cheap copy made by some communication agency intern.

Obviously, the right context for Street Art is the street. But as in all the other art forms, it is pertinent and interesting to recontextualize the works and thus include the context as part of the artwork. After years and numerous trials with graffiti-exhibitions in galleries and so on, there is a breed of street artists who have totally adapted to the contemporary art situation and who produce interesting gallery and museum works/installations⁶.

After being seen as retarded individuals careening around on wooden toys on wheels and painting walls, and being rejected from the different art markets, the street artists had to find a way to recover some of the public popularity their culture was generating.

The reaction to the uniformization of consumer goods left no choice but to create a pioneer market, a kind of "Commercial Autonomous Zone", with its own small scale production methods, its alternative communication strategies, its independent philosophy, and Guerrilla inspired tactics (e.g.: know your enemy, search and destroy, infiltration and sleeping agent concepts, resistance techniques). All of this military theory is recuperated and serves as cultural weapons for a survivalist approach to the economic game.

Street Art is at times considered a Vandalist culture. As a result of this discourse there is a fear surfing trend that encourages authorities to take extreme measures against broad tip markers and spray paint users. A few politically correct leaders challenge the future of this self-generated form of urban culture by trying to erase artworks and oppress the artists who produce a critical discourse and successfully express it in public. The problem is that in over 30 years it has become a global phenomenon, a shared world culture.

Since the 80s, graffiti and Street Art have spread to numerous cities around the globe; becoming a global form of popular culture. Its added zip is that it is resistant and militant, and has to be executed with camouflage and stealth tactics. The anti-graffiti forces are growing in strength. In England and even in Switzerland citizens are asked to cooperate in the arrests of these artists. To many people, tags and throw-ups are considered unsightly and signify a neighborhood in decay. Graffiti is often perceived as being "gang related". "However, gang graffiti usually doesn't evolve into more artistic forms, its purpose is simply to signal a presence. Such an image is not in the interest of property or business owners, who want their area to appear safe for potential customers and residents. To law enforcement and civic authorities, graffiti is a symbol of loss of control". In order to combat crime and regain the power in the politics of fear, NYC's Mayor Giuliani used the "Broken Window Theory"⁸, which states that unopposed disorder is a sign that no one cares, and actually invites both further disorder and more serious crime. This allowed him to enforce extremely repressive laws that are supposed to bring Writers' culture to a dead end.

Steve Powers'/ESPO, "Community Service" project is a good example of the action-reaction dynamics that pushes and stimulates Street Art as well as art history.

"Graffiti, in case anyone missed the point, is a marking on a surface. Graffiti eradication is typically the application of paint over the marking on the surface. In terms of 'damage', there is no evidence that one layer of paint is less destructive than the one beneath it. In the course of painting over graffiti, the eradicators create a unique marking of their own that writers call 'buffmarks'. Roll along the highways of LA and see thousands of buffmarks, each as visually compelling as the next and the last, each with a story to tell. The story is this: One person wrote a name to show he was there. Another person was threatened enough by this declaration of existence that he painted over the name. The splotch of paint that covers the name becomes a tag in itself. It sits on the wall and testifies to the presence of two people. One person is a so-called criminal, one is a so-called activist, and both are equal in their need to be recognized. One person has fame but faces jail; one person gets support and accolades from the community but wants fame. The wall couldn't care less about either of them; it just gets fatter with paint. 'Community Service' is a project that poses the questions: If graffiti is painted in a way that serves a community, is it wrong? And, why aren't activists that make more of a mess painting over the graffiti than the graffiti itself considered criminals? I volunteered to paint over graffiti around the city, using my own supplies, to exploit the hypocrisy that people who put down one layer of paint are hated while the people who put down the next layer are celebrated. At the same time, my mission was to paint my name in a bold and subtle style around the city to demonstrate the effectiveness of getting over in a civic-minded way. The answer I suspected from the start, was that the only thing more pointless than painting graffiti is painting over it."⁹

On the other end of the repressive spectrum, there is the German model, which seemingly follows a completely different political agenda. The German solutions seem more inclusive and are influenced by the size of the Street Art market within youth circles. The culture is now well accepted, and the market of spray paint is so important that manufacturers got involved and started defending the culture – and of course their own financial interests. A dialogue has been launched between artists, corporations and authorities, to preserve certain areas and declare others free for graffiti.

As we are right in the middle of the anti-graffiti storm, I will trace its (laws and trials) and try to map the different actions taken by political authorities around the globe. These will be included in my research in real time. Street Art seems to have hit upon a future-oriented cultural vein. For one thing it has always had a special twist in that it has consistently been seen as illegal. The fact that graffiti artists reclaim their right over the public domain, considering it a free zone that belongs to the people, and certainly not to the corporations or the state, gives their practice political scope. As one of the longest lasting present-day cultural struggles it might function as a viable countercultural model.

As Mark Ecko puts it in his video address (after the Air Force One tagging video), "Painting on a wall is one of the only ways left to have your voice be heard in the US." For him, graffiti should be encouraged and protected as a citizens' Free Speech practice.

The personal implication of Ecko is an example of what has been called "The Robin Hood Tactic". Many other

artists, having gained economic power with commercial or corporate projects, reinvest part of their earnings for more utopian, non-commercially based projects. Taking from the rich to feed the poor! Many players on the alternative, countercultural, subcultural scenes share this economic strategy. The surplus generated by a single transaction sustains a quantity of other side projects that are not commercially viable as such.

Right now, street culture is in an extreme position – on the one hand it is considered a Vandalist practice; on the other it is one of the major providers to the mass culture industry. After Marc Ecko's video of him tagging Air Force One¹⁰, and his personal involvement in the trial of seven NYC youth who were caught while writing, his highly effective communication strategy enabled him to raise the issue and bring the debate to the general public, bypassing the usual media channels. To fulfill the street culture power claim and to achieve a countercultural victory, the next logical step would be to create a strong political lobby (funded by the Street Market Industry moguls) and become a part of the political establishment.

In my research, I will explore some of those outstanding moments where artists resist the aura of the corporate and end up with a positive experience, with no one losing either face or reputation. To me these little moments of cooperation highlight a new set of possibilities for artists and the diffusion of their works, broadening the public and expanding the opportunity to become an art collector.[¶]

¹ Concrete Theory: An application of theoretical research, a life scale experimentation project, as a field study, a practical confrontation of ideas and concepts. For the "What the Fuck is Street Art" project, the concrete parts are: "Vandal's Livingroom" a curatorial project for the Fordé Space in Geneva and the production of a video essay on Art in the hype shops.

² Futura 2000: 80s NYC graffiti legend, waiting to become a myth as he will soon crack Warhol's Pop Art code. Having collaborated in the design of so many different types of products, he will extend the 15 minutes of fame as his name becomes a brand, with his signature as the final artistic product.

³ In the "SPONSORSHIP" exhibition at the Black Market Gallery (2003), the space was rented to a panel of corporations as promotional space. The sizes of the logos (the only visuals on display) were proportional to the financial contribution of the sponsors. The opening is reported to have been an extraordinary one, with tons of promotional gifts and rivers of free alcohol. The money raised with the show was later used by the artist to publish a book with interviews and essays by artists who had cooperated with corporations.

⁴ *Sponsorship: The Fine Arts of Corporate Sponsorship / The Corporate Sponsorship of Fine Arts*, by Ryan McGinness, Corte Madera, USA: Ginko Press, 2003.

⁵ Black Market Agency, LA based communication agency, co-funded by Shepard Fairey, the Artist behind the Obey/Giant campaign. The Obey Campaign can be explained as an experiment in Phenomenology. The first aim of Phenomenology is to reawaken a sense of wonder about one's environment. The Obey campaign attempts to stimulate curiosity and bring people to question both the campaign and their relationship with their surroundings. Because people are not used to seeing advertisements or propaganda for which the motive is not obvious, frequent and novel encounters with Obey propaganda provoke thought and possible frustration, nevertheless revitalizing the viewer's perception and attention to detail.

⁶ *Streetmarket*, ESPO/REAS/McGee show at Deitch Project, NYC, 2000.

⁷ *Broken Windows*, by James & Karla Murray, Corte Madera, USA: Ginko Press, 2002.

⁸ "Broken Window Theory" by James Q. Wilson, Harvard Criminologist

⁹ *Sponsorship: The Fine Arts of Corporate Sponsorship / The Corporate Sponsorship of Fine Arts*, by Ryan McGinness, Corte Madera, USA: Ginko Press, 2003.

¹⁰ Air Force One video & Ecko's video interview on www.Stillfree.com

BIOGRAPHIES, TRAVAUX ACCOMPLIS ET EN COURS

Mandana Basti

Biographie: Imaginaires et imaginaires?

Attachée à la fois à une culture occidentale et à une culture extra-occidentale, je me situe et me déplace à travers ces deux zones. L'Occident étant le référent massif de ce qui est entendu par «art contemporain», c'est de ce contexte que je pars pour constater que les critères de la critique de l'art contemporain ont exclu les productions artistiques extra-occidentales. De ce constat, il ressort une série de questions: Quels sont donc les critères de la critique occidentale, que peut faire un art non-occidental face au poids de l'histoire de l'art, où s'inscrit la production diasporique, où se situent les croisements et les limites de la compréhension réciproque? Ces questions traçent la direction de mes champs d'investigation en cours et futurs. Les principales difficultés rencontrées dans ma pratique artistique sont variées et s'annoncent en termes de code, de linguistique, de référentiel, et de transfert. De là, j'expérimente différentes formes d'expression, passant du local au non-local, variant selon le contexte culturel, géographique et politique dans lequel je me trouve.

Travaux accomplis et en cours

L'art et l'argent en collaboration avec Mélodie Leblévenec dans le cadre de la formation continue des enseignants d'histoire de l'art des cycles d'orientations et de collègues à Genève, 2004.

Blogestan, séminaire cybermédia – art des réseaux, recherches sur la blogosphère iranienne. 2004-2006.

Petit guide d'une iranienne à Vienne, 2004-2005

Inside out projekt est un projet curatoriale et un projet d'investigation, sur une durée de six mois, en collaboration avec deux autres étudiantes Betsabeh Agamari et Letafat Kainy et le soutien de Marina Griznic, philosophe et artiste, intervenant dans de nombreux projets européens d'intervention critique. Vienne, 2005.

The Museum, The Collection, The Frame, 2005-2006. Travail collectif avec un groupe d'étudiants travaillant avec Moyra Davey et Mark Dion, deux artistes invités par le CCC.

Mise en place, en janvier 2006, d'une plate-forme de discussion et de recherche sur la construction des identités musulmanes dans le contexte de la Suisse romande.

Sculpture électrifiée, dans le contexte du jury de fin d'année, Genève, 2004.

Un espace clos, maquette électrique, Genève, 2004.

Grow more food, Fluc, Praterstern, Vienne, 2004. La répartition d'aliments de base tel que le riz entre pays consommateurs et producteurs.

Grow more food II, Slovénie, 2005, dans le cadre de l'exposition *La petite mort*, festival d'art contemporain.

Marie-Avril Berthet

Biographie

Marie-Avril Berthet, née en 1979 à Genève. A étudié la géographie à Paris, à Montpellier puis à Lyon où elle a soutenu un mémoire en collaboration avec les Jardins de Cocagne (coopérative agricole basée à Genève). Certificat

d'Assistante audio au Centre de Formation aux Métiers du Son (Lausanne).

S'interroge sur la place (ou absence de place) laissée au chercheur en tant qu'individu et être social dans le cadre universitaire et a rencontré les acteurs de l'espace Forde (lieu d'exposition indépendant, Genève) qui l'ont poussée à continuer son travail de recherche dans le cadre du CCC. Recherche au CCC sur les implications de la notion de pollution sonore dans l'espace urbain.

Travaux accomplis et en cours

Mars 2006: invitation de Rudy Decelière (*110,21Hz, un paysage*), Espace Forde, Genève. Textes de présentation et compte-rendu de l'exposition.

En cours:

- Recherche CCC, *Pollution sonore et contexte urbain: le prix du silence*
- Projet de groupe *Urbanomics*, collaboration avec Nils Norman.
- Intervention dans le hall de l'usine Kugler, collaboration avec Genet Mayor
- *Domestic Resurrection Circus*: création d'un disque de musique électronique pour les enfants

Diego Castro

Biographie

* 1972 in Hanover.

Education: 1993-97 studied Fine Art in Kiel and Saint-Etienne. 1998/99 Post-Diplôme international in Nantes. Since 1995 numerous international exhibitions. Since 1996 curatorial activities. 2002 founder and curator of BergstübiPROJEKTE (alternative artspace), Berlin. Grants and Awards: Nordwest Kunstpreis 2002, Künstlerhaus Schloss Balmoral 2004.

Lives in Geneva.

Mouhamed Coulibaly

Biographie

Je me verrai un peu comme un artiste chercheur qui mettrait en avant dans sa *praxis* des préoccupations réflexives axées sur la question du cosmopolitisme, de la cosmocitoyenneté, et qui soutient une démarche critique à l'encontre de la logique nationaliste et ses corollaires politiques xénophobes soutenues par l'exclusivisme nationaliste, l'exclusion farouche de toute forme d'altérité. L'artiste cosmocitoyen a un rôle d'information et d'éducation à accomplir sur le terrain social par son engagement concret dans les luttes sociopolitiques pour défendre et rendre effectives dans la conscience publique les valeurs cosmocitoyennes qui transcendent les barrières, les nationalités, les frontières et les divisions odieuses entre les hommes.

Ma démarche s'inscrit dans la praxis artistique des réseaux qui privilégie la mise en relation des personnes, la construction de plateformes, la mise en place de lieux de confrontations et de débats, d'échanges et de partage de savoir, de témoignages en faveur de la multi-appartenance culturelle et des valeurs cosmopolitiques.

Travaux accomplis et en cours

Maghreb Project, en collaboration avec Ursula Biemann, Charles Heller et Camille Poncet, sur les flux migratoires dans le bassin méditerranéen.

Cosmo-citizen project, recherche sur les identités multiculturelles, le devenir cosmopolitique et les crispations des Etats-Nations.

Olga Kamienik

Biographie

Olga Kamienik, née en 1974 en Pologne; imprégnée par le passage du socialisme à la démocratie (chute du mur de Berlin), les poèmes de Wislawa Szymborska et les nombreux voyages d'étude aux quatre coins du monde.

Depuis 1997 Genève devient son point de base où elle pratique ses activités artistiques (photographie, céramique, vidéo, performance, DJ) et intervient dans divers projets sociaux.

Travaux accomplis et en cours

Borderlines, installation, vidéo, medias mixtes, 2005.

Points d'existence, vidéo-performance, 12 min., 2005.

CCC - Mapping 2005, page web pour les « communautés en ligne ».

Intimité - rencontres particulières, concept, recherches, développement du projet 2005/2006.

Création de l'atelier d'expression plastique, Foyer Clair Bois Pinchat, 2006.

C'est moi..., recherche photographique collaboration avec Koba Prevedello (modèle) et Amy Peck (photographe), 2006.

Rencontre particulière, série de projections - conférences, Festival sur la tolérance, Genève, 2006.

Adrien Laubscher

Biographie

Adrien Laubscher, aka A+*, A*, A1, is an artist who was born and now lives and works between Geneva and Fribourg. He has a three-year old daughter, Mya. After founding the PAC collective (1999), he is now working on a project called PACADEMY - a structure for the exchange of nomad knowledge, a collective of variable size and geometry, proposing workshops within the contemporary art scene, the world of electronic music and of festivals. After several experiences in the curatorial world, with the "Technoculture" exhibition in Fri-Art, and managing and curating for the independent art space CAP, he continues to operate as artist, dj, and curator. Sometimes he is also music promoter, barman or waiter. He has put up posters and continues to do so. But his favourite roles are secretary and street sweeper.

Travaux accomplis et en cours

Clubbers' Delight, Kunstpanorama, Luzern, Switzerland, 2005. A five days exhibition/performance, photo prints of the Partymonsters series, light show, smoke machine, squatted backroom, with a special display of objects and archive of five years of PAC.

And We Started to Dance, Record cover 3x3m. Dancefloor co-produced with ALP & PAC, A la Plage, Toulouse, France, 2005. Partymonster + Lassie performance, Partymonsters photo prints...

Discomobile :

Les Nuits Sonores, electronic music festival, Lyon, France, 2005. A Team DJ's feat. bad monkeys

Discobike (co-produced with Belluard Festival):

Wood 10, illegal mini-rave, wildside party, June-July, Fribourg, Switzerland, 2005.

Camper, mini-festival, Saas fee*, Frankfurt, Germany, 2005

Excavating counter-culture, CCC, ESBA, Geneva, Switzerland, 2006. Conference with Christian Hoeller & Diego Castro

Discobike:

Postpetrolism, Kunsthof, HGKZ, Zurich, Switzerland, 2006.

Partymonsters dj set & bonfire, powered by 3S solar provider.

Chicks on wheels, Gay Pride 06, Lausanne, Switzerland, 07 & 08/07/2006. Partymonster Event (co-produced with Gay Pride 06) with Waterlilly...

Discomobile:

Monsterflip, Estawake, extreme sports festival, Estavayer-le-Lac, Switzerland, 30/06 - 02/07/2006.

Wood 11, outdoor party with exclusive sounds!

30th of June 2006.

microsillons

Marianne Guarino-Huet & Olivier Desvoignes

Biographie

Créé en 2005 à la suite de plusieurs collaborations dans le cadre du CCC, microsillons met en place différents dispositifs de coopérations avec des publics précis, pour multiplier les regards sur l'art contemporain. Utilisant des méthodes empruntées à la performance, au curatorial ou aux nouveaux médias, microsillons est un groupe à géométrie variable dont les membres fixes sont Marianne Guarino-Huet et Olivier Desvoignes. Le site www.microsillons.org sert à la fois d'atelier, de plateforme de diffusion et d'archive à microsillons.

Travaux accomplis et en cours

Géographies imaginaires, CCC, ESBA, mai 2005. Avec Murièle Begert, Mouhamed Coulibaly, Coline Guggisberg, Jonas Scheu, Sandra Irsapoulé.

One minute film festival, L'écurie, Genève, CCC, ESBA, 27.04.2005. Avec les étudiants du CCC, sur une proposition de Moyra Davey.

Genève-Tirana, Université Populaire Albanaise, Genève, kinetik, Genève, Village du monde 2006, Quartier des Grottes, Genève, mars 2005-mars 2006. Avec Camille Poncet, Marie Velardi et Raphaël Julliard.

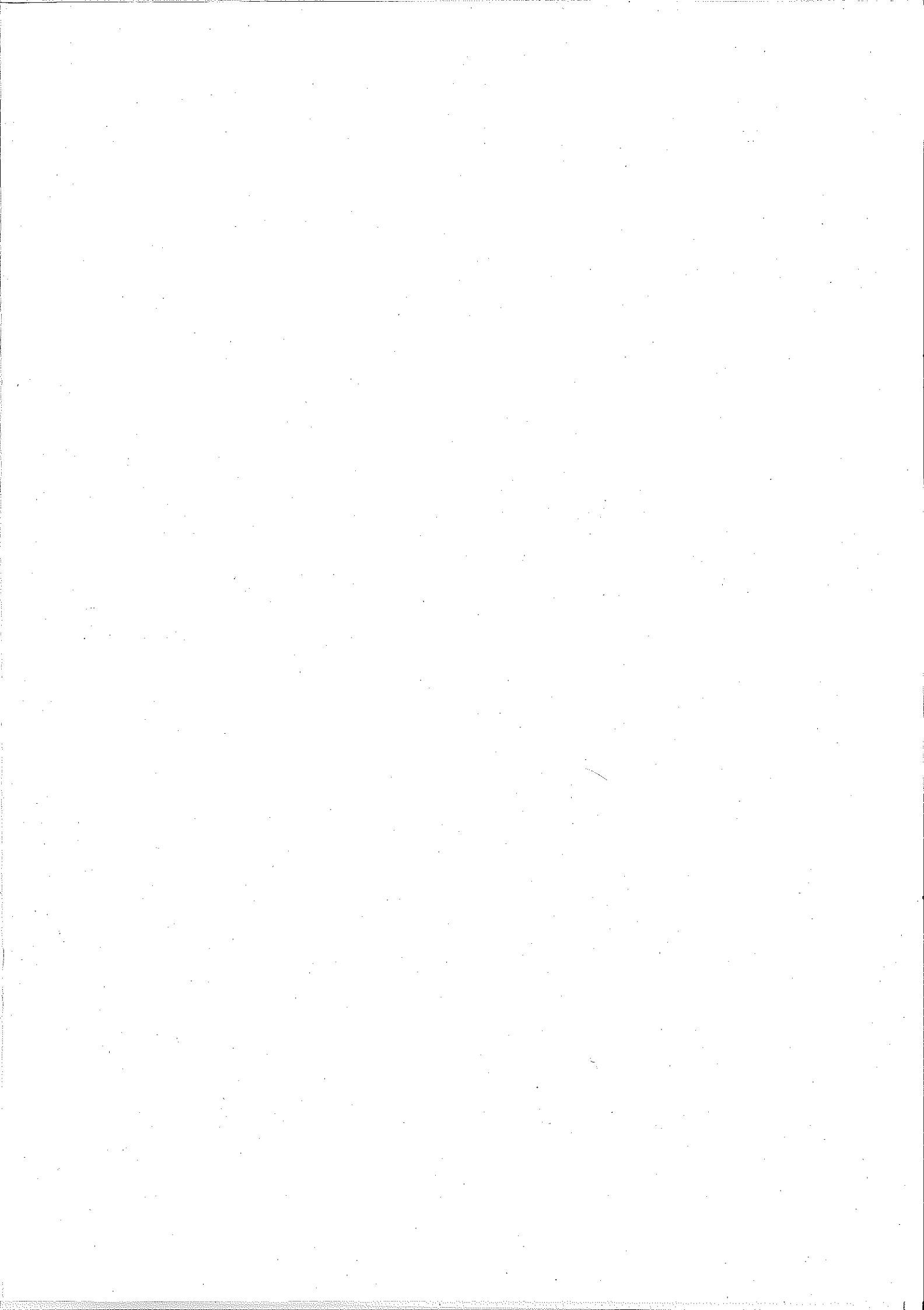
Cabinet de curiosités extra-terrestre, Centre d'Art Contemporain, Genève, mars 2005-mars 2006. Activité-pilote d'une collaboration autour du programme 2006 du Centre d'Art Contemporain.

Repas autour d'une œuvre, (premier volet les 27 et 28 avril 2006), autour de *Eins, un, one*, de Robert Filliou. Avec Camille Poncet.

The Museum, The Collection, The Frame, (projet en cours), CCC, ESBA, 2006. Avec Danaé Panchaud, Mandana Basti, Sophia Bulliard, Jean-Marie Reynier, projet proposé par Moyra Davey et Mark Dion.

Scène électro-acoustique, Fête de la musique, (projet en cours), Genève, juin 2006.

CCC • Programme d'études postgrades Critical Curatorial Cybermedia
Ecole supérieure des beaux-arts, haute école d'arts visuels HES, Genève
Parution : 200 exemplaires
Juin 2006
Professeures coordinatrices: Catherine Quéloz et Liliane Schneider
Edition, graphisme et réalisation: Jérôme Massard, assistant cybermédia



⋮
ESBA, Genève

Ecole supérieure des beaux-arts
Haute école d'arts visuels HES
Boulevard Helvétique 9 · CH-1205 Genève
T +41(0)22 388 58 00 · F +41(0)22 388 58 01
www.hesge.ch/esba



Programme d'études postgrades Critical Curatorial Cybermedia
2, rue Général-Dufour, CH-1204 Genève
T +41 22 388 58 81/82
email: info@ccc-programme.org
<http://www.ccc-programme.org>