

INTERMEDIA

1995 anul doi
numărul 6
trimestrul doi



SUMAR

CARTEA / OBIECTUL
Caius Grozav 6

RECLAMA, SUFLETUL SOCIETATII
Romulus Bucur 8

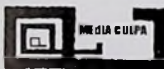
TELEVISION VERSUS MULTIMEDIA
Gheorghe Săbău 2

VESNICELE PLAIURI ALE VÎNĂTOAREI
calin man 10

MASS-MEDIA- MULTI-MEDIA, INTERMEDIA
Peter Hügel 4

PROIECTELE EXPOZITIEI ANUALE C.S.A.C.:
12

Anreli Mocanu
Adrian Timar
Academia de Artă București
Dan Perjovschi
Marilena Preda-Sănc
Valeriu Mladini



Bartha Sándor
Bartha Josef
Max Păcurar
Cati Orbulescu
Olimpiu Bandalac
Carmen & Gheorghe Rasovszky
grupul INTERMEDIA

INTERMEDIA revistă trimestrială / interdisciplinară.

editor: museum arad & c.a.d.c.

redacție:

GHEORGHE SĂBĂU @ LILIANA TRANDABUR @
JUDIT ANGEL @ CAIUS GROZAV @ PETER HÜGEL @
CALIN MAN /computer&design/
adresa: MUSEUM ARAD Piața ENESCU nr. 1 ARAD 2900
tipar: POUDIQUE srl @ tiraj: 300 exemplare @ preț: 500 lei



Este pentru a treia oară când revista INTERMEDIA dedică un număr special Expozițiilor Anuale organizate de către Centrul Soros pentru Artă Contemporană. În acest an publicăm cele 13 proiecte aprobate de către board-ul centrului pentru a treia Expoziție Anuală din luna noiembrie 1995 având tema MEDIA CULPA, cu precizarea că în structura propriului nostru proiect este cuprinsă și revista cu pricina, plus celebrul afiș cu calul verde pe perete. Menționăm că doar trei proiecte au fost însoțite de schițe, motiv pentru care board-ul revistei a hotărât să recurgă la o iconografie unitară, și ce putea fi mai pertinent pentru acuzația de culpabilitate adusă lui medium cool decât ilustrația la Codul Terezian, capitolul III, cel care explică metodele și aparatele de pedeapsă pentru atentatorii la bunurile publice - mutatis mutandis, pentru manipulatorii de conștiințe publice



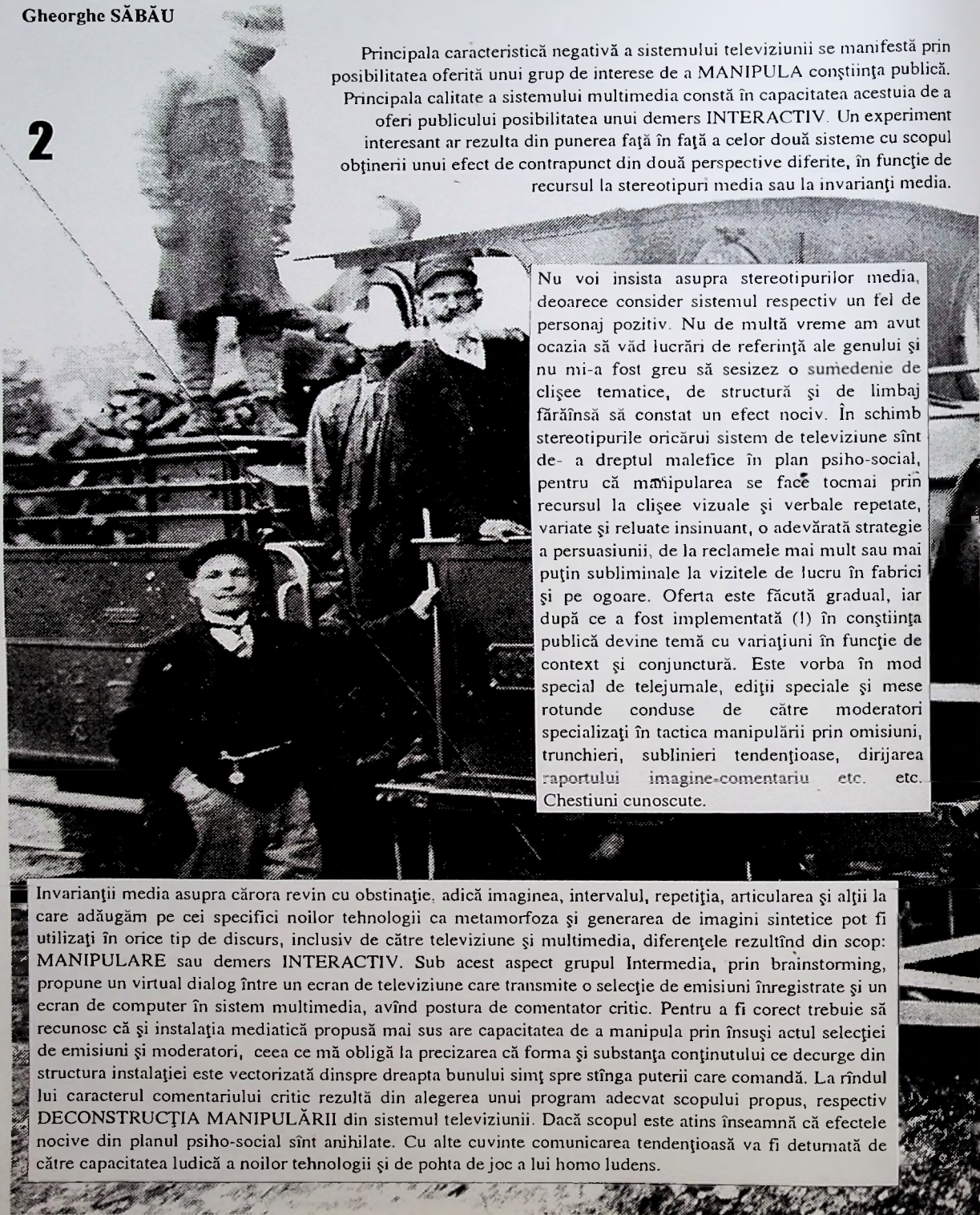
TELEVISION VERSUS MULTIMEDIA

Gheorghe SĂBĂU

2

Principala caracteristică negativă a sistemului televiziunii se manifestă prin posibilitatea oferită unui grup de interese de a MANIPULA conștiința publică.

Principala calitate a sistemului multimedia constă în capacitatea acestuia de a oferi publicului posibilitatea unui demers INTERACTIV. Un experiment interesant ar rezulta din punerea față în față a celor două sisteme cu scopul obținerii unui efect de contrapunct din două perspective diferite, în funcție de recursul la stereotipuri media sau la invarianți media.



Nu voi insista asupra stereotipurilor media, deoarece consider sistemul respectiv un fel de personaj pozitiv. Nu de multă vreme am avut ocazia să văd lucrări de referință ale genului și nu mi-a fost greu să sesizez o sumedenie de clișee tematice, de structură și de limbaj fărăînsă să constat un efect nociv. În schimb stereotipurile oricărui sistem de televiziune sînt de- a dreptul malefice în plan psiho-social, pentru că manipularea se face tocmai prin recursul la clișee vizuale și verbale repetate, variate și reluate insinuant, o adevărată strategie a persuasiunii, de la reclamele mai mult sau mai puțin subliminale la vizitele de lucru în fabrici și pe ogoare. Oferta este făcută gradual, iar după ce a fost implementată (!) în conștiința publică devine temă cu variațiuni în funcție de context și conjunctură. Este vorba în mod special de telejurnale, ediții speciale și mese rotunde conduse de către moderatori specializați în tactica manipulării prin omisiuni, trunchieri, sublinieri tendențioase, dirijarea raportului imagine-comentariu etc. etc. Chestiuni cunoscute.

Invarianții media asupra cărora revin cu obstinație, adică imaginea, intervalul, repetiția, articularea și alții la care adăugăm pe cei specifici noilor tehnologii ca metamorfoza și generarea de imagini sintetice pot fi utilizați în orice tip de discurs, inclusiv de către televiziune și multimedia, diferențele rezultînd din scop: MANIPULARE sau demers INTERACTIV. Sub acest aspect grupul Intermedia, prin brainstorming, propune un virtual dialog între un ecran de televiziune care transmite o selecție de emisiuni înregistrate și un ecran de computer în sistem multimedia, avînd postura de comentator critic. Pentru a fi corect trebuie să recunosc că și instalația mediatică propusă mai sus are capacitatea de a manipula prin însuși actul selecției de emisiuni și moderatori, ceea ce mă obligă la precizarea că forma și substanța conținutului ce decurge din structura instalației este vectorizată dinspre dreapta bunului simț spre stînga puterii care comandă. La rîndul lui caracterul comentariului critic rezultă din alegerea unui program adecvat scopului propus, respectiv DECONSTRUCȚIA MANIPULĂRII din sistemul televiziunii. Dacă scopul este atins înseamnă că efectele nocive din planul psiho-social sînt anihilate. Cu alte cuvinte comunicarea tendențioasă va fi deturnată de către capacitatea ludică a noilor tehnologii și de pohta de joc a lui homo ludens.



Toate bune și frumoase, dar ceea ce mă înnebunește la toate înfilirile cu artele alternative și mediatice este următoarea întrebare: cum se manifestă dimensiunea artistică? Chestiunea pleacă de la constatarea că lanțul tradițional al comunicării artistice, format din autor-opera de artă-receptor, este înlocuit în sistemul multimedia / interactiv cu lanțul autor-obiect mediativ-coautor, ceea ce conduce la absența operei care transmite un mesaj artistic. De aici concluzia că dimensiunea comunicării, plus strategiile jocului informațional diminuează sau chiar anulează ideea operei de artă, atât în planul creației cât și în cel al receptării. Trebuie recunoscut că este vorba de cea mai violentă schimbare de paradigmă din istoria artelor. Nonfigurativul, abstracționismul și informalul ca moduri liminale ale creației artistice sînt indiscutabil produse artistice finite supuse contemplației în timp ce lucrările de tip multimedia / interactiv se manifestă plenar doar în faza producerii lor. Nu mai avem de-a face cu o semnificație unică, iar ideea de semn /semnificant-semnificat / este înlocuită cu un construct numit obiect mediativ cu care autorul și coautorii produc în progress sensuri potențiale de natură psihologică, morală sau socială și mai puțin de natură estetică.

În compensație rămîne salutar faptul că sistemul televiziunii, ca medium stresant și nociv are un antidot extras din aceeași familie a noilor tehnologii, decamdată în contextul restrîns al unor expoziții. Specialiștii marilor firme producătoare de aparate multimedia prevăd pentru următorii ani o extensie în masă a rețelei de cablu interactiv într-un sistem în care fiecare televizor familial și fiecare micro-computer personal vor funcționa ca terminale multimedia, iar demersurile interactive vor fi operate printr-o telecomandă asemănătoare cu cea folosită la jocurile electronice. Toate acestea vor permite intervenția simultană asupra derulării unei emisiuni televizate, astfel că spectatorul pasiv va fi înlocuit cu un jucător activ care va putea decide asupra unghiului de filmare, reluărilor de imagini, ralenti-urilor, suprapunerilor; va interveni deformînd imaginile, va inversa secvențialitatea cadrelor sau va introduce alte imagini prin CD-ROM... Personal aș dori și adaptarea unui detector de minciuni manipulate prin comentariul verbal, astfel că prin conversie electronică ecranul să se înroșească sau să-i crească nasul moderatorului. Pînă atunci oferim instalația mediativă READY-MEDIA.

MASS-MEDIA, MULTI-MEDIA, INTERMEDIA

4

...rfe
...ptil, s
...etip @ ste
...limitat, titrat, u
...prejudecată, judec
...@ prefață, față-n față
...vegheat, detașat @ u.
...e apoi @ stereotip, prototip, a.
...masiv, subversiv, inventiv @ limita
...gregar, elitar, vizionar @ judecata.

...inspirat @ manipulat, supravegheat, detașat
...judecată, judecata de apoi @ stereotip, prototip
...față-n față, Interfață @ masiv, subversiv, inventiv @ u.
...șat @ umil, tiptil, subtil @ gregar, elitar, vizionar @ pre.
...prototip, arhetip @ **stereognoză, diagnoză, prognoză** @ p.
...inventiv @ limitat, titrat, inspirat @ manipulat, supravegheat, de
...vizionar @ **prejudecată, judecată, judecata de apoi** @ stere
...diagnoză, prognoză @ **prefață, față-n față, Interfață** @ masiv, subv.
...rat @ manipulat, supravegheat, detașat @ umil, tiptil, subtil @ greg
...cată, judecată, judecata de apoi @ **stereotip, prototip, arhetip** @ stereognoză,
...față, față-n față, Interfață @ masiv, subversiv, inventiv @ limitat, titrat, insp.
...vegheat, detașat @ umil, tiptil, subtil @ **gregar, elitar, vizionar** @ prejudecată, judec

bversiv, in
 gar, elitar, vizion
 ză, diagnoză, progn
 spirat @ manipulat, sup
 , judecată, judecata de apc
 față-n față, interfață @ masiv
 șat @ umil, tiptil, subtil @ gr
 prototip, arhetip @ stereognoză
 inventiv @ limitat, titrat, inspirat @
 ionar @ prejudecată, judecată, jud
 oză @ prefată, față-n față, interfață
 avegheat, detașat @ umil, tiptil, s
 oi @ stereotip, prototip, arhetip @
 siv, subversiv, inventiv @ limitat, tit
 regar, elitar, vizionar @ prejudecată
 diagnoză, prognoză @ prefată, fa
 manipulat, supravegheat, deta
 ată, judecata de apoi @ stereotip
 inter @ limitat, titrat, inspirat @
 @ prejudecată, judecată, jud
 prefată, față-n față, interfață
 detașat @ umil, tiptil,
 , prototip, arhetip @
 ntiv @ limitat, tit
 prejudecată

iv @ li
 ! prejudecată, j
 @ prefată, față-n
 avegheat, detașat @ um
 stereotip, prototip, arhetip
 versiv, inventiv @ limitat, u
 , elitar, vizionar @ prejudecată
 gnoză, prognoză @ prefată, f
 anipulat, supravegheat, detașat @
 a de apoi @ stereotip, prototip, arh
 masiv, subversiv, inventiv @ limi
 @ gregar, elitar, vizionar @ pre
 eognoză, diagnoză, prognoză @ p
 nsplrat @ manipulat, supraveghea
 decată, judecata de apoi @ stereo
 față, interfață @ masiv, subversiv
 @ umil, tiptil, subtil @ gregar,
 ototip, arhetip @ stereognoză, d
 anipulat, supravegheat, detașat
 a de apoi @ stereotip, prototip
 masiv, subversiv, inventiv
 il @ gregar, elitar, vizio
 eognoză, diagnoză,
 nspirat @ manip
 decată, jud

5

© PRO FORMA

E! VOI NOI



REPREZENTAREA ARTISTICĂ

OK

Scrierea a reușit să fixeze o imagine parțială (trunchiată) a realității care putea fi transferată- fragmentele de imagine puteau fi mai mult sau mai puțin reale sau subiective (&1/Reprezentarea artistică), din păcate este fixată și clasică minciună. /non scriptam medianem di que vidi - Marco Polo/. Pe vremea cînd călugarii prelucrau conștient sau nu prin copiere informația capturată în texte, unul Gutenberg inventează un mod sofisticat și impersonal de a multiplica o scriere... și astfel tiparul naște cartea (&2/Obiectul). Deja putem valora CARTEA ca obiect fizic (hîrtie, tipăritura, coperti, vechime...). Apare însăși nivelul informației transmise ca măsură a valorii... Vă deranjează dacă numesc cele doua nivele HARD și SOFT ?(&3/Pragul).

GESTUL MAGIC

OK

IMAGINEA ◦ SEMNUL

OK

CARTEA

OK

Kaiserl u koniglich
GARNISON SARREST

Windows Help



Cannot open Help file.

OK

Tipărierea, la început rudimentară, multiplică și împrăștie informația... în baza ei, micile găselnițe se răspîndesc și se combină în altele noi - rezultatul este îmbunătățirea fără precedent a aceluia intermediar necesar între noi și lume - UNEALTA. Și dacă tot avem unelte, ce să facem cu ele decît obiecte... și dacă tot avem obiecte, ele vor trebui consumate pentru a avea motiv să producem alte obiecte...



Acesta este începutul unui carusel numit Era Industrială și nu e de mirare că extremele societății se revoltă - unealta care folosea forța apei, sau a aburului, sau... amenința pîinea obținută prin truda propriilor brațe, iar rezultatele ei, puzderia de obiecte identice rezultate din frenezia producției atentau la unicitatea operei (&1/Reprezentarea artistică). Nestingherită, ofensiva obiectului continuă, uneltele devin tot mai insolente captîndu-ne la început imaginea, apoi vocea, pe urmă chiar și mișcarea... trimițîndu-le aiurea peste mări și țări... Suportul transferului devine tot mai subtil și penetrant - între timp obiectele ne invadează amenințîndu-ne chiar lumea (&2/Pragul). Vrem nu vrem realitatea naște muze - chiar dacă ni se spune că informația este valoroasă în măsura în care ne asigură accesul la bunuri materiale. Minciuna a trebuit și ea reinventată... la început a fost doar o Fabrică de Vise, dar acum avem de-a face cu un întreg univers informațional care ne bombardează, încercînd să substituie realului imagini create de „zei falși care cîrlesc istoria” - numim asta MEDIA

MASINA

OK

OBIECTUL

OK

PRAGUL

OK

Windows Help



Cannot open Help file.

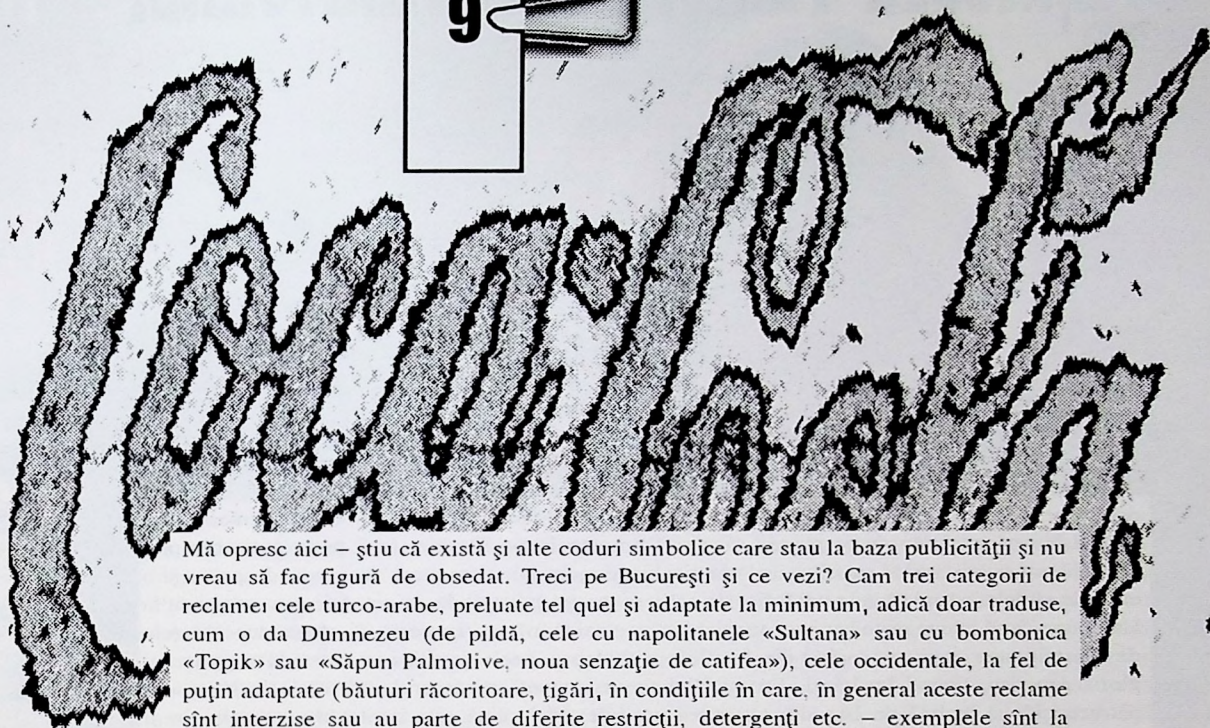
OK

RECLAMA, SUFLUL STOP SOCIETĂȚII

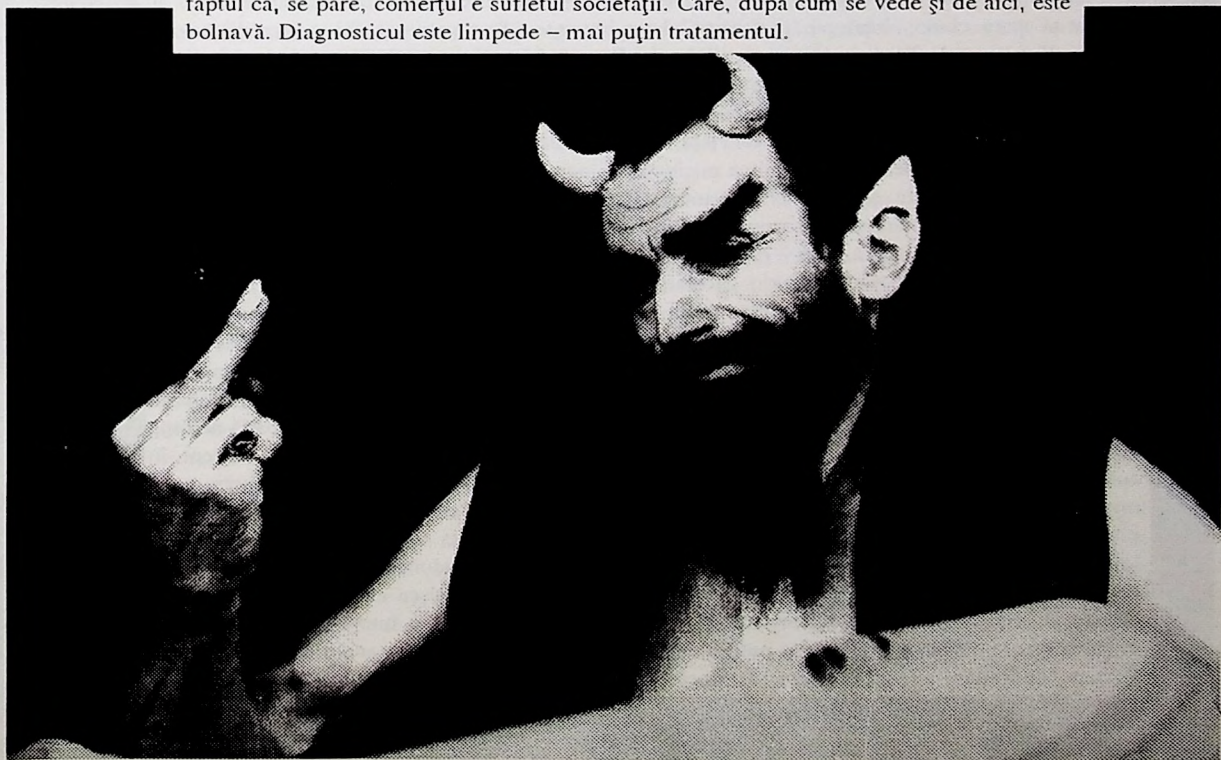
Romulus Bucur

Cei care au apucat TVR pe la începutul anilor '70 își mai amintesc probabil reclamele în care apărea un papagal întrebând cu voce pițigăiată «Vreți să... [text variabil]? Adresați-vă tele- publicității!» Între timp am mai evoluat, am trecut prin '89 (& următorii ani, cu ale lor campanii publicitaro- electorale), în care "mijloacele mass-media", cum înseși aceste mijloace/medii s-au denumit, prin gura unor aleși ai poporului, și-au adus o contribuție de loc neînsemnată.

O televiziune publică a reușit să-și câștige o poziție de monopol, obligând populația să o întrețină prin abonamente, însă comportându-se, în domeniul publicitar, ca o televiziune comercială. Care este deosebirea? Dacă deschizi televizorul pe orice alt canal decât cele aparținând TVR, vezi o adevărată invazie a trupului și a celor legate într-un fel sau altul de el, în primul rând sexual – pentru că nu văd altă explicație ultimă a orgasmului pe care (pare că) îl încearcă o persoană de sex feminin în timp ce mănâncă o înghețată ca și cum ar face o felațiune.



Mă opresc aici – știu că există și alte coduri simbolice care stau la baza publicității și nu vreau să fac figură de obsedat. Treci pe București și ce vezi? Cam trei categorii de reclame: cele turco-arabe, preluate tel quel și adaptate la minimum, adică doar traduse, cum o da Dumnezeu (de pildă, cele cu napolitanele «Sultana» sau cu bombonica «Topik» sau «Săpun Palmolive, noua senzație de catifea»), cele occidentale, la fel de puțin adaptate (băuturi răcoritoare, țigări, în condițiile în care, în general aceste reclame sînt interzise sau au parte de diferite restricții, detergenți etc. – exemplele sînt la îndemînă) și reclamele autohtone. Un fel de parodie a celor din cea de-a doua categorie (să zicem, «Nova Brazilia, cafeaua de care m-am îndrăgostit!»). Și-mi amintesc de «Reclama e sufletul comerțului» – truism repetat pînă la suprasaturație în 'iepoacă'. Și de faptul că, se pare, comerțul e sufletul societății. Care, după cum se vede și de aici, este bolnavă. Diagnosticul este limpede – mai puțin tratamentul.



VEȘNICELE PLAIURI ALE VÎNĂTOAREI

calin man

dacă n-ar fi fost atât de nerăbdător să se vadă ajuns pe pământ american, Cyborg Levente, așezat comod în șezlongul său de pe puntea vasului Trompeta Turnu Severin, ar fi putut gusta din plin deliciile traversării apelor pacifice ale Atlanticului, singura lui avere erau: dragostea de patrie și o cutie de sardele în care un mic hard-disc de patru mega era protejat de un petec de ziar cumpărat la Hamburg, ca să adune niște bani s-a angajat boxer cu ziua în port, iar seara își oferea cunoștințele de filosofie unor copii provenind din familiile ambițioase, acele familii care vor aduce peste ani gloria Americii. tinărul învățacel, Ernest Highway își anunță profesorul care tocmai cîștigase a patruzecișidoua partidă de box din tot atîtea posibile, că la cină este invitat un renumit om al vestului și prin umare este rugat sărămină, nu mică i-a fost surpriza lui Cyborg Levente să-l întâlnească în casa acestor oameni cinstiți pe însuși Sam Hawkens, un om mărunțel care și-a lăsat cu greu scalpul să atîrne la cîngătoarea unui indian kiowaș. în timpul îndestulătoarei cine, vicleanul Sam Hawkens i-a pus tinărului Cyborg Levente sumedenie de întrebări cu țile, răspunsurile nu au întîrziat să apară clare și înțelepte. la desert Cyborg Levente a fost înștiințat că i se încredințează o importantă misiune în Tucson, Arizona. „all devils. I'm smoking Karpatzi-Without in the Marlboro Country!” pufăi cu năduf bătrînul Sam, trecuseră deja șase luni de la cina care a dat un nou curs vieții lui Cyborg Levente și cum avea să-i mărturisească mai tîrziu lui Winnetou, nici prin cap nu i-ar fi trecut, darămite pe altundeva, că viața în vestul sălbatic este o permanentă luptă, cu cine, vom vedea mai tîrziu, pentru îndeplinirea misiunii lor, oamenii noștri și-au luat opt asociați, nu toți de cea mai bună calitate, șeful lor era un anume Ratlăr, bulgar din sud, care și-o căuta mereu cu lumînarea, plăcerea lui era să nu scape nici un computer fără a-l imobiliza cu viruși din producția proprie, la fiecare țintă lovită, cum îi plăcea să spună, fața lui era inundată de o expresie ciudată, pe care Cyborg Levente o traducea prin „nostalgia futingului socialist”, sintagmă găsită în ziarul cumpărat la Hamburg, fără a divaga prea mult, e bine de știut că sintagma aparține Magistrului de Cajvana, un patafizician notoriu, gata oricînd să cucerească vestul. într-una din zilele îndeplinirii misiunii lor, pe cerul senin al preriei se puteau zări norișori de fum, semn, după cum avea să explice încercatul Sam, că nu departe de locul în care oamenii noștri și-au instalat tabăra, kiowașii au dezgropat securea războiului, era de așteptat o vizită a indienilor, să fi trecut o perioadă de timp pe care Fața Palidă o numește oră, cînd la orizont vreo treizeci de mogîldețe înaintau insistent. în acel moment Ratlăr și-a găsit de lucru la computerul unde Cyborg Levente tocmai lucra, cu o mișcare hotărîită Cyborg Levente l-a împiedecat pe Ratlăr să-și facă damblaua, acesta din urmă, cu răutatea unui coiot prost crescut a dat comanda cancel, abia atunci Cyborg Levente i-a aplicat lovitura sa măiastră și-a aruncat cît colo carabina Henry, a lăsat să-i alunece ușoară doborîtorul de urși și a privit speriat spre dreapta ca și cînd în soarele amiezii, pușca cu ținte de argint a lui Winnetou ar fi strălucit provocator. Ratlăr nu a sesizat vicleșugul și a întors capul, din pricina mișcării bruște, nasul lui a lovit cu putere degetul arătător, ținut dinadins acolo de către Cyborg Levente, lui Ratlăr i-au ieșit toți virușii în decor - și ar fi prins rod dacă pămîntul ar fi fost fertil




o iscodă a kiowașilor a urmărit cu atenție întâmplarea și a relatat-o șefilor săi, jurându-se pe punga cu medicamente că nu îi stă în fire să mintă. mai târziu, Cyborg Levente avea să-i povestească lui Winnetou, în timp ce fumau pipa păcii în wig-wamul lui Inciu-Ciuna, că de la acel incident, el, Cyborg Levente a fost botezat Old Cyborg, sau mai exact Ol'Tiborg. în cele din urmă kiowașii au intrat în tabără cu gânduri pașnice. Ratlăr, bezmeticul, ar fi vrut să le ofere apă-de-foc, dar cum kiowașii în limba lor numesc apa-de-foc, pejgö, nu au înțeles dorința bulgarului. noroc în prezența de spirit a lui Ol'Tiborg care deschizând computerul a dat următoarele comenzi: enter current password: howghl / win / microsoft word / new / edit text: / apă-de-foc / select all / tools - shift+F7 / looked up: apă-de-foc / meanings: lichid obținut prin distilarea unor cereale sau fructe / replace with synonym: pejgö / replace / „eccomi qua!” triumfă Ratlăr. „uhl uh!” veni răspunsul șefului de trib, puțin încurcat de penibilul situației. oamenii noștri au fost invitați să viziteze satul kiowașilor unde încă mai era deschisă expoziția organizată de Înșo-Ci, sora lui Winnetou. pentru că apașii nu erau în relații prea bune cu kiowașii, expoziția cu pricina a urmărit în ultimă instanță să domolească spiritele prea încinse. de altfel, artiștii invitați, reprezentau diferite triburi din întreaga zonă a Munților Stîncosi. mai mult chiar, trei artiști au venit tocmai din Ontario. din păcate, pentru Ol'Tiborg plăcerea de a vedea operele de artă a fost anulată de cei doi stropi de atropină pe care vraciul kiowaș i-a pus în ochi ca să-i poată stabili noile dioptri. dar, din fericire, pentru Ol'Tiborg această handicap i-a oferit prilejul să se afle în apropierea frumoasei Nșo-Ci, care i-a fost ghid și i-a descris în amănunt lucrările artiștilor. după ce au mâncat pe săturate din carnea bizonului vînat în ajun, Nșo-Ci s-a arătat dispusă să-i descrie lui Ol'Tiborg operele de artă. „astfel, zise ea, aici între aceste două wig-wamuri este prinsă o rețea de sîmă care privită de departe apare ca un desen al Marelui Spirit / mai încolo, de stilul caznelor este atașată o lupă prin care poți zări cele mai neașteptate lucruri / pe fațada wig-wamului principal, unul dintre artiștii veniți din Ontario a așezat fotografia unui înger / un alt artist a realizat o firmă de magazin. pe ea este scris un text despre bunicul meu / scuipatul subrealului de zi cu zi îți poate da senzația că fața ta a fost lovită de coada unui tomahawk / drumul care duce la uzina electrică a fost jalonată minimalist cu pene de vultur alb / un alt artist a sondat opinia publică, încercînd să afle! / iar mai încolo, în pădure, omuleții de hîrtie au fost lipiți de pomi pentru ca dușmanul din depărtare să creadă că războinicii tribului sînt nenumărați. doar decebal a mai recurs la un astfel de șiretlic.” așa își încheie Nșo-Ci prezentarea. spre seară pomiră cu toții, lăsînd în urmă ținutul Pahuta în speranța că vor atinge curînd flancul răsăritean al munților Nevada și să poposească vreo cîteva zile lîngă lacul Mono. drumul de la așezările comanșilor pînă aici e un drum lung și greu. străbați savane nesfîrșite, munți uriași și pustietăți de nisip. și oricît de zdraveni ar fi cal și călăreț, totuși eforturile îi fac să se resimtă. mai târziu, Ol'Tiborg avea să-i mărturisească lui Winnetou, că încă mai trăiește cu senzația că fraza de mai înainte i se pare cunoscută, citită undeva. cîndva. dar răspunsul îl va fi aflat mai târziu, în lumina caldă și îmbietoare care învăluie veșnicele plaiuri ale vînătoarei.

ARTICULUS I
DE
DELICTIS IN GENERE

DELICTUM IN GENERE
QUID FIT

DELICTUM DOLO VEL
CULPA COMMITTITUR

ANIMUS & VOLUNTAS
DELICUENDI DIRECTA
VEL INDIRECTA

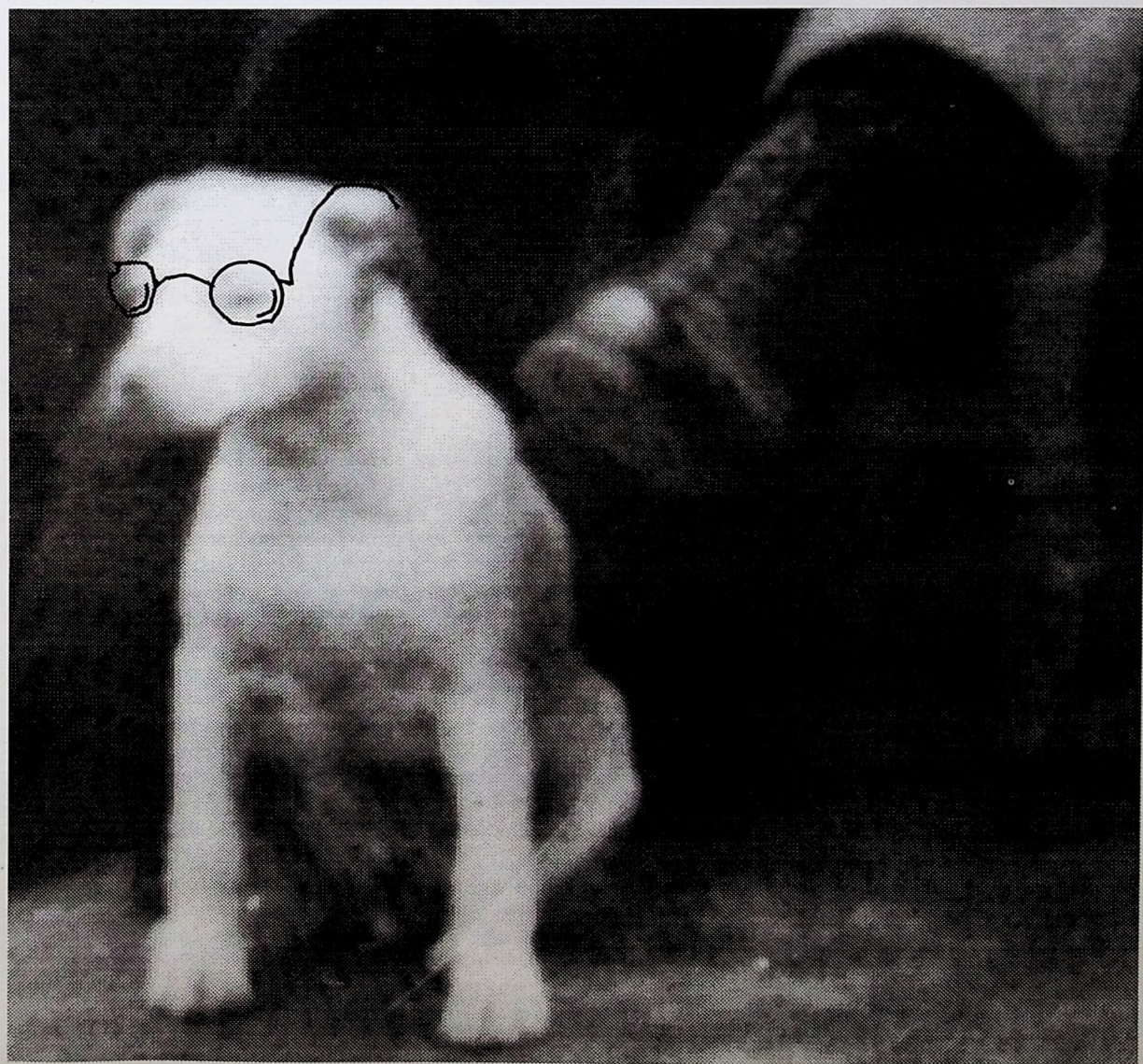
DOLUS & CULPA
MODAD POENAM
DIFFERUNT

PUBLICORUM & PRIVATORUM
DIFFERENTIA CIRCA
OBJECTUM,
FATISFACTIONEM,
MODUMQUE PROCEDENTI

CENTRUL SOROS PENTRU ARTA CONTEMPORANA
anunta EXPOZITIA ANUALA noiembrie 1995

MEDIA CULPA

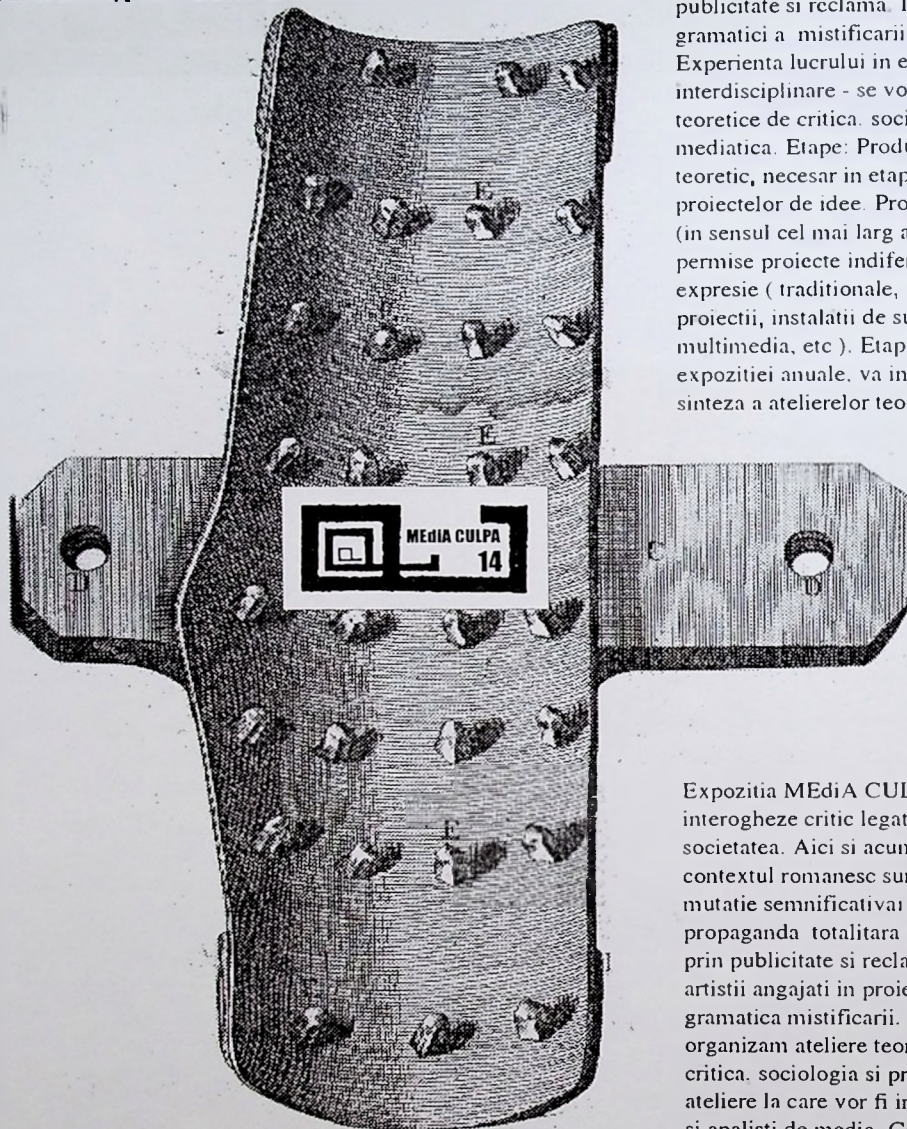
Discursul artistic, perturbator al conditionarii prin mass-media



CENTRUL SOROS PENTRU ARTA CONTEMPORANA
anunta **EXPOZITIA ANUALA** noiembrie 1995

MEDIA CULPA

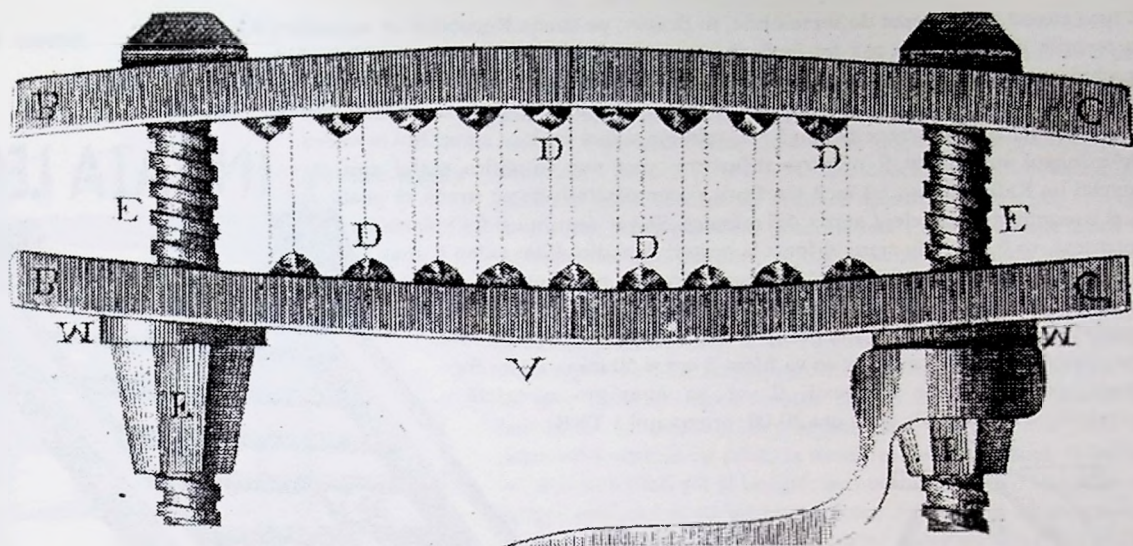
Discursul artistic, perturbator al conditionarii prin mass-media



DISCURSUL ARTISTIC. PERTURBATOR AL CONDITIONARII PRIN MASS-MEDIA Recunoastem in cultura mediatica un spatiu al captivitatii dar si al libertatilor iluzorii. In si prin mass-media Puterea se auto-conserva, se re-afirma, se auto-fortifica si se auto- oglindeste. Curand, "cultura de 3 minute" ne va coloniza imaginarul si va polua gandirea sociala. Mass-media ridica la putere Puterea. In plus, tehnologiile informationale - sofisticate si costisitoare - devin inaccesibile artistului patriarhal care se vede marginalizat, in fata unei alegeri responsabile: - sa ramina excentric, - sa devina rapsodul mediatic al Puterii, - sa strapunga cercul vicios al amneziei mediatic prin arta - singura comunicare fara stapin.

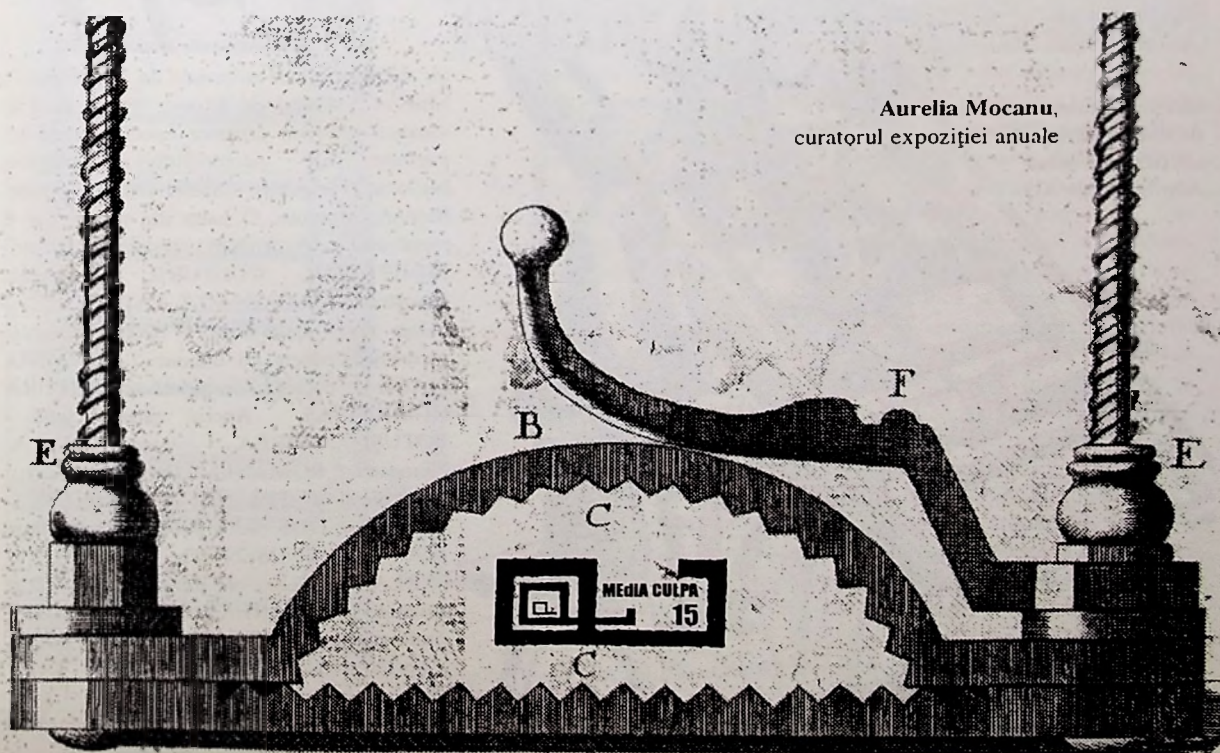
Obiective: Interogarea critica a legaturii artei cu mass-media, aici si acum. Valorificarea experientei romanesti: tranzitia de la ultimul cincinal de propaganda totalitara la primul cincinal de publicitate si reclama. Identificarea unei gramatici a mistificarii prin imagine. Experienta lucrului in echipe interdisciplinare - se vor organiza ateliere teoretice de critica, sociologie si practica mediatica. Etape: Producerea unui fisier teoretic, necesar in etapa premergatoare proiectelor de idee. Propuneri de instalatii (in sensul cel mai larg al cuvantului). Sunt permise proiecte indiferent de mediile de expresie (traditionale, fotografie, proiectii, instalatii de sunet, video, multimedia, etc). Etapa finala, cea a expozitiei anuale, va include colocviile de sinteza a atelierelor teoretice.

Expozitia **MEDIA CULPA** isi propune sa interogheze critic legatura artei cu societatea. Aici si acum, adica in contextul romanesc surprins intr-o mutatie semnificativa: trecerea de la propaganda totalitara la conditionarea prin publicitate si reclama. Dorim ca artistii angajati in proiecte sa identifice gramatica mistificarii. Ne propunem sa organizam ateliere teoretice privind critica, sociologia si practica mediatica - ateliere la care vor fi invitati producatori si analisti de media. Consideram pregatirea acestei expozitii un "work-in-progress". Concluziile teoretice din etapele preliminare vor fi relateate in atelierile de lucru zonale. Manifestarea din 22-25 noiembrie 1995 va cuprinde o expozitie de instalatii (instalatii ce pot intretine raporturi cu toate mediile de expresie artistice - de la cele traditionale la multimedia) si un colocviu care va sintetiza etapele atelierelor teoretice.



BANCA DE IDEI · cultura amneziei · med · cultura (mediocritate) · proliferarea fara cultura a imaginii · neo - analfabetism; analfabetismul ca mijloc de comunicare · cultura instantaneului · stirea de 90 secunde si cultura de 3 minute (clip-ul) · voyenrism & necrofilie (prin media) · sochism · „ balistica „ informatiei · operatiuni mincinoase · omisiuni · negari · invaluiuri + deturnari · inventii · deformari · minimalizari / exagerari · a informa -> a seduce -> a manipula · desert mediatic, potop informational · poluare mediatica · blitz · zvonul · ideograme: - „ Dumitru Iuga „ - „Crima la Ostankino „ - „ Benetton - Antireclama „ - „ Titan Ice „ - „ Primii nascuti „ · dezinformare generala · colonizare interioara · proletarizare sufleteasca · manufacturarea: - consensului · opiniei publice · imaginea mediatica, un fleur du mal · Mass - media, hormonul coeziunii sociale · Mass - media sau regina termitelor · „ razboiul icoanelor „ · noul mediu inconjurator: MARFA · noul mediu inconjurator: COMUNICATIILE · televiziunea · imperiu, fetis, totem / TV · tele - cratia · tele - fisiunea · tele - democratia catodica · staruri catodice · national - show · realismul · ideograme · Malvine: prima torpilare in direct · Bucurestii prima revolutie in direct · Golfui primul razboi in direct · era cyber · era siliciului (civilizatia siliciului) · info - magia

Aurelia Mocanu,
curatorul expozitiei anuale



În luna august, sau început de septembrie, în Braşov, pe strada Republicii se vor monta 4 uşi cu tocurele lor cu tot, în aşa fel încît să se poată trece prin ele, să se poată închide şi deschide uşa. Ele vor cuprinde aproape toată lungimea străzii (aprox. 511 m), fiind montate cam la 100 m distanţă una de alta, pe axa de simetrie a străzii. Fiind o stradă pietonală, oamenii vor trece pe lângă ele, prin ele şi mai mult ca sigur, le vor vedea. De-a lungul străzii vor fi montate difuzoare, care vor amplifica textul citit al nuvelei lui Kafka, în aşa fel încît trecătorii şi cumpărătorii de pe stradă să poată auzi integral textul nuvelei (aprox. 4,5 minute). Se vor distribui şi foi volante cu acest text, va fi tipărit în ziare, difuzat la posturi de radio. Film video 1. max. 5 min. cu camera în permanentă mişcare, filmarea momentelor, etapelor montării (suportii, tocurele, asamblarea etc) ecran negru: textul nuvelei „curge” de jos în sus, litere albe, timp 5 min. cu camera în poziţie fixă (pe trepied) fără nici o mişcare se va filma 2 ora şi 50 min. - cadru fix: strada, poarta, porţile, oamenii. 2. se va înregistra o casetă (paralelă) cu actualităţile de la ora 20.00, programul 1 TVR

Adrian Timar

ÎN FAȚA LEGII



MEDIA CULPA TRADE HOLDING

lucrare comună realizată
de cadrele didactice şi studenţii
secţiei foto/video
Academia de Artă Bucureşti

Şir de tarabe sub colonada de la intrarea în Muzeul Naţional de Istorie. Vor fi puse în vânzare produse artistice special pregătite: portrete ale personalităţilor politice, brelocuri, felicitări, casete audio şi video, tricouri, mascote. O parte din tarabe vor fi rezervate unor invitaţi speciali ai noştri: MINISTERUL CULTURII - operele miniştrilor / ACADEMIA CAŢAVENCU - colaje foto, calendare / SRI - dosarele securităţii, casete cu bancuri / ROMÂNIA MARE - colecţia completă / EDITURA HUMANITAS - Apelul către lichele / TOTUŞI IUBIREA - operele lui A. Păunescu / ROMÂNIA LIBERĂ - dosarul Berevoieşti / ȚIGĂNCI FLORĂRESE - trandafiri / GDS, 22 - dosarul 13-15 iunie 1990 / EVENIMENTUL ZILEI - ? / PARLAMENTUL ROMÂNIEI - legi nevote / CÎNTAREA ROMÂNIEI - casetă audio şi video / REPRODUCERI DE ARTĂ - portrete N. Ceauşescu / POPA TATU SRL - indulgenţe, icoane.

Franz Kafka

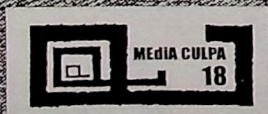
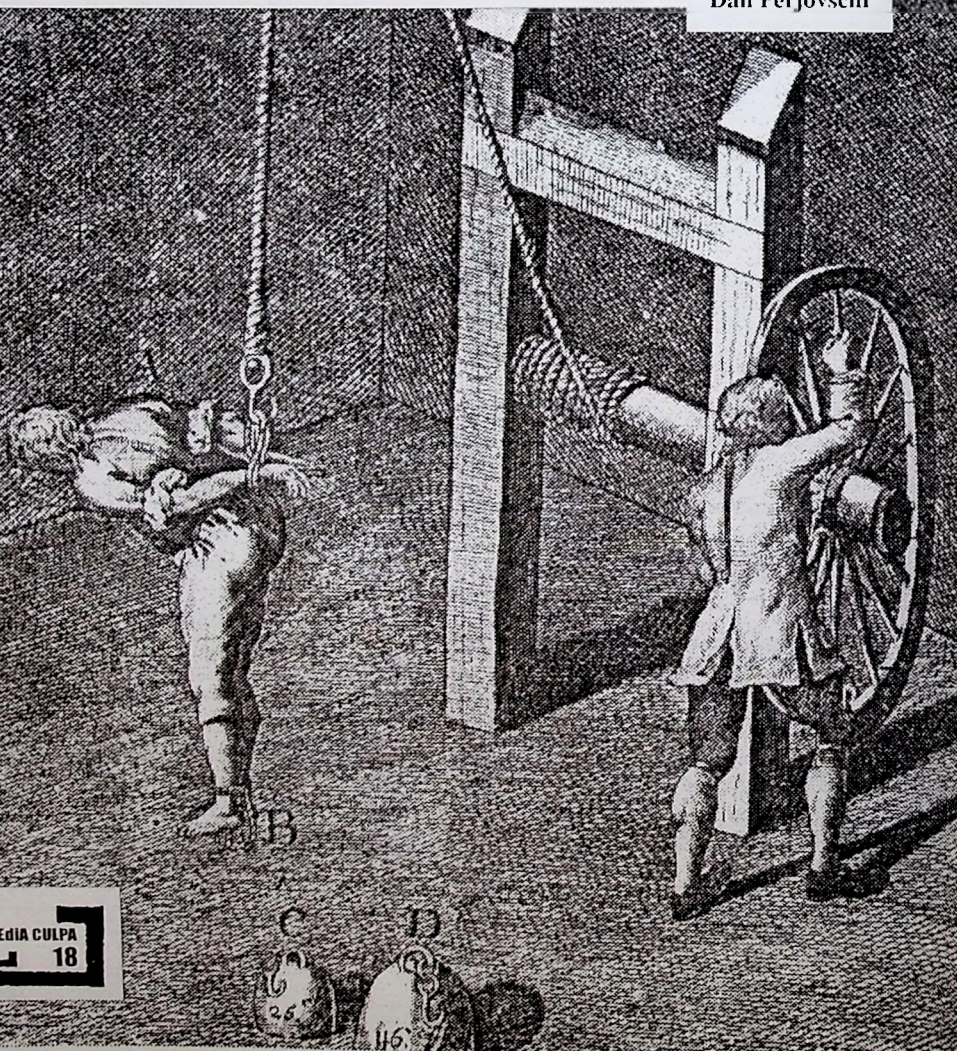
În fața legii stă un păzitor. La acest păzitor, vine un om de la țară și cere să intre în lege. Dar păzitorul îi spune că acum nu-i poate permite să intre. Omul chibzuiește și apoi întreabă dacă va avea voie să intre mai târziu. „Tot ce se poate, spune paznicul, dar acum nu.” Întrucât poarta legii este deschisă ca întotdeauna, iar păzitorul se dă de-o parte, omul se apleacă pentru a privi pe ușă în interior. Când păzitorul observă asta, rîde și spune: „Dacă te ispitește într-atît, încearcă să intri înăuntru, în ciuda interdicției mele. Bagă însă de seamă: am putere. Și nu sînt decît păzitorul cel mai de jos. La intrarea în fiecare sală stau, însă, alți păzitori, unul mai puternic decît altul. Pe al treilea nu mai pot nici măcar eu să-l privesc.” La asemenea dificultăți nu se așteptase omul de la țară, că doar legea trebuie să fie totdeauna și oricui la îndemînă, își zice el; dar, acum, cînd privește mai bine la păzitorul îmbrăcat cu șubă, la nasul lui mare și ascuțit, la barba lui tătarască răsfirată și neagră, se hotărăște, totuși, mai bine să aștepte pînă ce i se va îngădui să intre. Păzitorul îi dă un scăunel și-i spune sășadă lîngă ușă, de-o parte. Acolo stă zile și ani în șir. Mai face multe încercări de-a fi lăsat înăuntru și-l obosește pe păzitor cu insistențele sale. Adeseori păzitorul îl supune la mici interogatorii, îl întreabă de unde e de fel și multe altele, dar sînt întrebări puse doar de formă, așa cum pun domnii cei mari; iar la urmă îi spune tot mereu că încă nu-i poate da drumul înăuntru. Omul, care-și luase multe lucruri cu el la drum, folosește totul, oricît ar fi fost de prețios, pentru a-l mitui pe portar. Acesta e drept că primește tot ce i se dă, dar spune de fiecare dată: „Primești numai ce să nu crezi cumva că n-ai făcut tot ce-ai putut.” De-a lungul nenumăraților ani, omul îl observă pe păzitor alături de o întrerupere. Uită de ceilalți păzitori, și acesta, primind o năsură ca singurul obstacol care-l împiedică să intre în lege. Blestema nefericita întîmplare, în primii ani cu glas tare și fără să țină seamă de nimic, mai târziu, pe măsură ce îmbătrînește, doar mormăie în barbă pentru sine. Dă tot mai mult în mintea copiilor și, de vreme ce de-a lungul anilor a ajuns să-i cunoască păzitorului pînă și porecii din gulerul șubei, se roagă și de porecii să-i ajute să se înduplece. Într-un târziu, vederea îi slăbește și nu mai vede decît în jurul lui se face cu adevărat tot mai întuneric, pînă cînd îl înșală doar ochii. Dar distinge acum și prin întuneric o strălucire nestinsă care răzbate pe ușa legii. În preajma morții, totuși, experiența din acest răstimp se adună într-o întrebare: „De ce încă n-a apucat s-o pună păzitorului. Îi face semn că e aproape, întrucît nu-și mai poate ridica în sus trupul și a încercat să se aplece adînc, pînă la el, întrucît diferența dintre ei s-a schimbat mult în defavoarea omului.” „Acum mai crezi să știi ?” întreabă păzitorul, nu te mai sature o dată. „Nu știu să străduiesc, vezi bine, să afle ce-i legea, grăiește omul.” „Cum se face atunci că, în atîta amar de ani, n-a mai cerut nimănui în afara de mine să intre înăuntru ?” Păzitorul își dă seama că în primul omului e aproape și, pentru a mai răzbi pînă la auzul lui, care nu stinge, răcnește la el: „Pe aici nu putea obține să intre nimeni altul, întrucît intrarea asta ți-era hărăzită doar ție. Acum mă duc să-ți închid.”

6 von 8, Wiener Schicksal, woron die eigentliche wahre Länge
des Bogen fig. 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100. 101. 102. 103. 104. 105. 106. 107. 108. 109. 110. 111. 112. 113. 114. 115. 116. 117. 118. 119. 120. 121. 122. 123. 124. 125. 126. 127. 128. 129. 130. 131. 132. 133. 134. 135. 136. 137. 138. 139. 140. 141. 142. 143. 144. 145. 146. 147. 148. 149. 150. 151. 152. 153. 154. 155. 156. 157. 158. 159. 160. 161. 162. 163. 164. 165. 166. 167. 168. 169. 170. 171. 172. 173. 174. 175. 176. 177. 178. 179. 180. 181. 182. 183. 184. 185. 186. 187. 188. 189. 190. 191. 192. 193. 194. 195. 196. 197. 198. 199. 200. 201. 202. 203. 204. 205. 206. 207. 208. 209. 210. 211. 212. 213. 214. 215. 216. 217. 218. 219. 220. 221. 222. 223. 224. 225. 226. 227. 228. 229. 230. 231. 232. 233. 234. 235. 236. 237. 238. 239. 240. 241. 242. 243. 244. 245. 246. 247. 248. 249. 250. 251. 252. 253. 254. 255. 256. 257. 258. 259. 260. 261. 262. 263. 264. 265. 266. 267. 268. 269. 270. 271. 272. 273. 274. 275. 276. 277. 278. 279. 280. 281. 282. 283. 284. 285. 286. 287. 288. 289. 290. 291. 292. 293. 294. 295. 296. 297. 298. 299. 300. 301. 302. 303. 304. 305. 306. 307. 308. 309. 310. 311. 312. 313. 314. 315. 316. 317. 318. 319. 320. 321. 322. 323. 324. 325. 326. 327. 328. 329. 330. 331. 332. 333. 334. 335. 336. 337. 338. 339. 340. 341. 342. 343. 344. 345. 346. 347. 348. 349. 350. 351. 352. 353. 354. 355. 356. 357. 358. 359. 360. 361. 362. 363. 364. 365. 366. 367. 368. 369. 370. 371. 372. 373. 374. 375. 376. 377. 378. 379. 380. 381. 382. 383. 384. 385. 386. 387. 388. 389. 390. 391. 392. 393. 394. 395. 396. 397. 398. 399. 400. 401. 402. 403. 404. 405. 406. 407. 408. 409. 410. 411. 412. 413. 414. 415. 416. 417. 418. 419. 420. 421. 422. 423. 424. 425. 426. 427. 428. 429. 430. 431. 432. 433. 434. 435. 436. 437. 438. 439. 440. 441. 442. 443. 444. 445. 446. 447. 448. 449. 450. 451. 452. 453. 454. 455. 456. 457. 458. 459. 460. 461. 462. 463. 464. 465. 466. 467. 468. 469. 470. 471. 472. 473. 474. 475. 476. 477. 478. 479. 480. 481. 482. 483. 484. 485. 486. 487. 488. 489. 490. 491. 492. 493. 494. 495. 496. 497. 498. 499. 500. 501. 502. 503. 504. 505. 506. 507. 508. 509. 510. 511. 512. 513. 514. 515. 516. 517. 518. 519. 520. 521. 522. 523. 524. 525. 526. 527. 528. 529. 530. 531. 532. 533. 534. 535. 536. 537. 538. 539. 540. 541. 542. 543. 544. 545. 546. 547. 548. 549. 550. 551. 552. 553. 554. 555. 556. 557. 558. 559. 560. 561. 562. 563. 564. 565. 566. 567. 568. 569. 570. 571. 572. 573. 574. 575. 576. 577. 578. 579. 580. 581. 582. 583. 584. 585. 586. 587. 588. 589. 590. 591. 592. 593. 594. 595. 596. 597. 598. 599. 600. 601. 602. 603. 604. 605. 606. 607. 608. 609. 610. 611. 612. 613. 614. 615. 616. 617. 618. 619. 620. 621. 622. 623. 624. 625. 626. 627. 628. 629. 630. 631. 632. 633. 634. 635. 636. 637. 638. 639. 640. 641. 642. 643. 644. 645. 646. 647. 648. 649. 650. 651. 652. 653. 654. 655. 656. 657. 658. 659. 660. 661. 662. 663. 664. 665. 666. 667. 668. 669. 670. 671. 672. 673. 674. 675. 676. 677. 678. 679. 680. 681. 682. 683. 684. 685. 686. 687. 688. 689. 690. 691. 692. 693. 694. 695. 696. 697. 698. 699. 700. 701. 702. 703. 704. 705. 706. 707. 708. 709. 710. 711. 712. 713. 714. 715. 716. 717. 718. 719. 720. 721. 722. 723. 724. 725. 726. 727. 728. 729. 730. 731. 732. 733. 734. 735. 736. 737. 738. 739. 740. 741. 742. 743. 744. 745. 746. 747. 748. 749. 750. 751. 752. 753. 754. 755. 756. 757. 758. 759. 760. 761. 762. 763. 764. 765. 766. 767. 768. 769. 770. 771. 772. 773. 774. 775. 776. 777. 778. 779. 780. 781. 782. 783. 784. 785. 786. 787. 788. 789. 790. 791. 792. 793. 794. 795. 796. 797. 798. 799. 800. 801. 802. 803. 804. 805. 806. 807. 808. 809. 810. 811. 812. 813. 814. 815. 816. 817. 818. 819. 820. 821. 822. 823. 824. 825. 826. 827. 828. 829. 830. 831. 832. 833. 834. 835. 836. 837. 838. 839. 840. 841. 842. 843. 844. 845. 846. 847. 848. 849. 850. 851. 852. 853. 854. 855. 856. 857. 858. 859. 860. 861. 862. 863. 864. 865. 866. 867. 868. 869. 870. 871. 872. 873. 874. 875. 876. 877. 878. 879. 880. 881. 882. 883. 884. 885. 886. 887. 888. 889. 890. 891. 892. 893. 894. 895. 896. 897. 898. 899. 900. 901. 902. 903. 904. 905. 906. 907. 908. 909. 910. 911. 912. 913. 914. 915. 916. 917. 918. 919. 920. 921. 922. 923. 924. 925. 926. 927. 928. 929. 930. 931. 932. 933. 934. 935. 936. 937. 938. 939. 940. 941. 942. 943. 944. 945. 946. 947. 948. 949. 950. 951. 952. 953. 954. 955. 956. 957. 958. 959. 960. 961. 962. 963. 964. 965. 966. 967. 968. 969. 970. 971. 972. 973. 974. 975. 976. 977. 978. 979. 980. 981. 982. 983. 984. 985. 986. 987. 988. 989. 990. 991. 992. 993. 994. 995. 996. 997. 998. 999. 1000.

Din decembrie 89, terenul de luptă fizico-ideologică este strada. Strada românească este în mare suferință estetică, asaltată de Coca-Cola și șantajată de beculețe istambulice. Afizele sînt fie șuse comico-lăutărești, fie comercial hollywoodiene. Afîșul cultural conține trei sferturi sponsori. Afîșul politic e pe trei sferturi minciună!! 1995 este un an preelectoral. În 1996, străzile se vor umple de fețe și sloganuri care mai de care mai liniștite sau în-chei-ate. Retina purtătorului de sacose ori a proprietarului de Cielo e obosită de modiocritatea comunicării stradale. POST R este o ediție de 10-20 afișe bazate pe principalele clișee și slogane românești. „Noi nu ne vindem țara”, Codrul frate cu românul”, „Cea mai frumoasă clădire din lume”, „Opoziția e de vină”, „Poporul e suveran”, „Sintem aici de 2000 de ani”, „Vrem liniște”, „Noi muncim”, „Toți am fost vinovați” etc. POST R va demonta manipularea prin manipulare. În funcție de posibilitățile financiare, 5-10 afișe vor fi tipărite și afișate cu cîteva săptămîni înainte de expoziție. E de dorit și afișajul pe autobuze, la metrou etc. Cîte 20 de afișe din fiecare model vor fi semnate și numerotate. Afișele pot fi puse în vînzare în cadrul expoziției. Exemplu de afiș: Apus de soare încîntător, mare liniștită și goală. Text: „Noi nu ne vindem țara”. Într-un colț cu litere mai mici”...dar cu Flota ce-ați avut?” Fiecare afiș își va avea varianta slogan audio de tip „POST R un proiect de media culpa” „Noi nu ne vindem țara... da! cu flota ce-ați avut?”, pentru difuzarea la radio și o variantă siglă pentru reproducerea în presă. POST R poate funcționa și ca reclamă pentru expoziția MEDIA CULPA.

Dan Perjovski

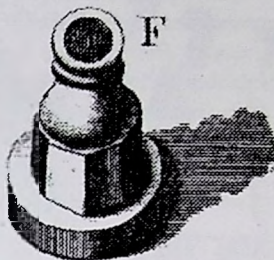
POST R



E

E

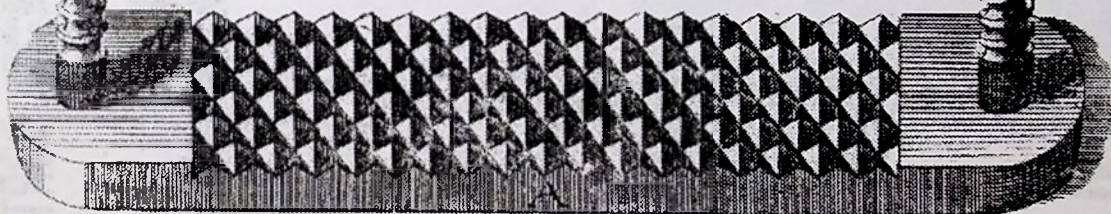
Buletinul de știri - „News-urile” de atunci...și de acum de la postul național de televiziune cît și posturile particulare (poate ceva mai puțin) conțin știri trunchiate voit sau nu, oricum rezultatul este o mistificare a realului prin limbaj și imagine. Noi receptăm vorbe înșirate pentru ele însele, sunete fără înțeles, imagini ce însoțesc cuvintele dar nu se suprapun în mesaj. Oare să fie numai lipsa de profesionalism? Intenționalitatea mistificării este evidentă. Coerența logică sau incoerența dirijată a discursului cuvînt-imagine sesizată te revoltă. Nu ne rămîne decît să încercăm să navigăm în această mlaștină de interese politice, sociale, culturale ale puterii și doritorilor de putere. Instalație multimedia, sunet, imagine video, fotografii, electrocopii. Colaj de informații - imagini, cuvinte - provenite din buletinele de știri transmise pe postul național de televiziune în ultimii 10 ani, cît și de la televiziunile particulare, astfel alăturate încît să fie evidentă o violență și grotescă trimitere în realitatea fabricată de putere. Imaginile - algoritmi ai Puterii.



Marilena Preda-Sânc



PUNCT DE PORNIRE



sex, violență, fast food - cultura unei noi generații „spațiul miortitic” tapetat cu fenomenul INFRACITOR, INFRACITOAREA, INFRACITORI, INFRACITOAREA ROZ, ACADEMIA INFRACITOR etc./ vulgar - ordinar, grosolan, josnic, mitocănesc (D.E.X.)/ a vulgariza - a face cunoscut mulțimii, a populariza, a răspîndi în mase (D.E.X.)/ vulgarizare prin repetitivitate presa postdecembristă sufocată de jurnale specializate în sex și violență. spațiul românesc populat de standuri de ziare din care se revarsă la nesfîrșit, sub privirile nevinovate ale copiilor, sexul, violurile și crimele. în trenuri, în parcuri, în stațiile de metrou și în cele de autobuz, în piețe, pe trotuare, bătute de vînt, pe teighelele magazinelor, așternut pentru aurolaci, în școli, peste tot, aceleași obsedante imagini - sex, violuri, crime bestiale. de la CÎNTAREA ROMÂNIEI la PRIMUL FESTIVAL NAȚIONAL DE STRIP-TEASE./ nudul - expresie a înălțării - decadenței spirituale a omului de-a lungul întregii sale istorii. studiu comparativ al atitudinii față de nud (relația moral-spiritual) de la Venus de Willendorf la Ciciolina lui Jeff Koons. sex, violență, fast food - cultura unei noi generații.

FAST FOOD

Valeriu Mladim

ORCHIDEE

Bartha Sándor

VIDEOINSTALAȚIE

Bartha Josef

Se fabrică trei panouri în formă de sacou, în mai multe straturi, din rame de lemn cu tablă de metal. Pe panoul de forma cravatei se pictează flori cu culori de ulei sau se folosește tehnica fotografiei. În mijlocul cravatei este un monitor foarte mic. Montajul video este un amalgam de imagini de la mineriadă, din filmele cu grandioasele festivități de pe stadioane din timpul totalitarismului.

Principiul de funcționare al lucrării se bazează pe prezența fizică a spectatorului. Intrând în spațiul delimitat de către cei trei pereți laterali, căldura organismului său este sesizată de un senzor, conectat la rețeaua electrică. În momentul respectiv se aprind luminile din interior (tuburi de neon) și pe pereți se poate citi următorul text: Cel care este PRIVIT de UNDEVA este cel mai slab. Este victima unei lupte inegale. Cel care este pândit este EXPUS. EXPUS la capriciul și psihoza privitorului. EXPUS la pierderea simbiozei cu realitatea. EXPUS la intoleranță și agresiune. EXPUS la pierderea dreptului la INTIMITATE. Cel care este privit nu mai este ceea ce ESTE. Concomitent, gesturile, mișcărilor, expresiile feței lui sînt filmate de o cameră cu circuit închis, plasată în interior și sesizabilă și de spectator. Imaginile luate de cameră se văd simultan pe cele trei monitoare așezate în exterior (lucru necontrolabil de către privitorul „atras” în interior.) Prins într-o cușcă, privitorul este SUBIECT al lucrării (căldura organismului său „pornește lucrarea”) dar și OBIECT, victimă a unui voyeurism tehnic (neștiind de la început că „va face parte” din lucrare) în timp ce citește despre manipulare, el însuși este manipulat.



Proiect în 4 etape 1. Sondaj
2. Program pe computer
3. Pe durata expoziției vizitatorul cu ajutorul unui operator va crea imaginea opțiunii sale. 4. Totul va fi înregistrat pe video Proiectul interactiv de sondare a opiniei publice cu rezultat manipulat are intenția de a-l provoca pe subiect să-și compare opțiunea cu realitatea. Proiectul este o metodă de verificare a opțiunilor electoratului pentru viitorul președinte în anul preelectoral. Materialul poate fi util în următoarea campanie electorală. Programul pe computer va da posibilitatea vizitatorului să întocmească portretul robot al președintelui virtual cu ajutorul unor fișe cu elemente de fizionomie pe principiul:
calitatea X.....defectul Y - tipul A
calitatea X.....defectul Y - tipul B
etc Imprimanta va face două copii, una pentru vizitator, una pentru arhiva documentară a proiectului.

Max Păcurar

PORTRETUL ROBOT AL PREȘEDINTELUI

Instalație de fotografii, desene, litografii, însoțite de banda audio și spoturi luminoase (compoziție de lumină). această instalație intră în dialog cu montajul video. Textul A După perioada opacă parcursă de majoritatea dintre noi, comunicarea interumană pare să fi suferit câteva schimbări esențiale. Capacitatea de a se exprima (verbal, scris, prin desen, formă, mimică) este subiectivă și nu trebuie luată în moduri limitate, extremiste, pentru că s-ar putea ajunge la haos (babilonism). De la clasele existente odinioară (țărâtime, mîncitorime, intelectualitate) s-a trecut la „transparența” de care ne bucurăm. Aceasta, transparența, nefiind un simplu celofan, indiferent de culoare - ne face să ne mai descoperim noi pe noi, pe cei de lângă, pe cei care nu sînt în raza noastră apropiată. Așa cum sîntem sau nu. Avem un surplus de realitate?...un surplus de gîdire?...un surplus de comunicare? Echilibrul dintre gîdire-comunicare-realitate este o alternanță de întrebări-răspunsuri. Absența comunicării? Comunicarea este un cumal al căutărilor, al găsirilor, al constatărilor. El va începe cu „Textul A” și se va finaliza cu Actul de gîdire și acțiune. Durata studiului: 4 săptămîni.



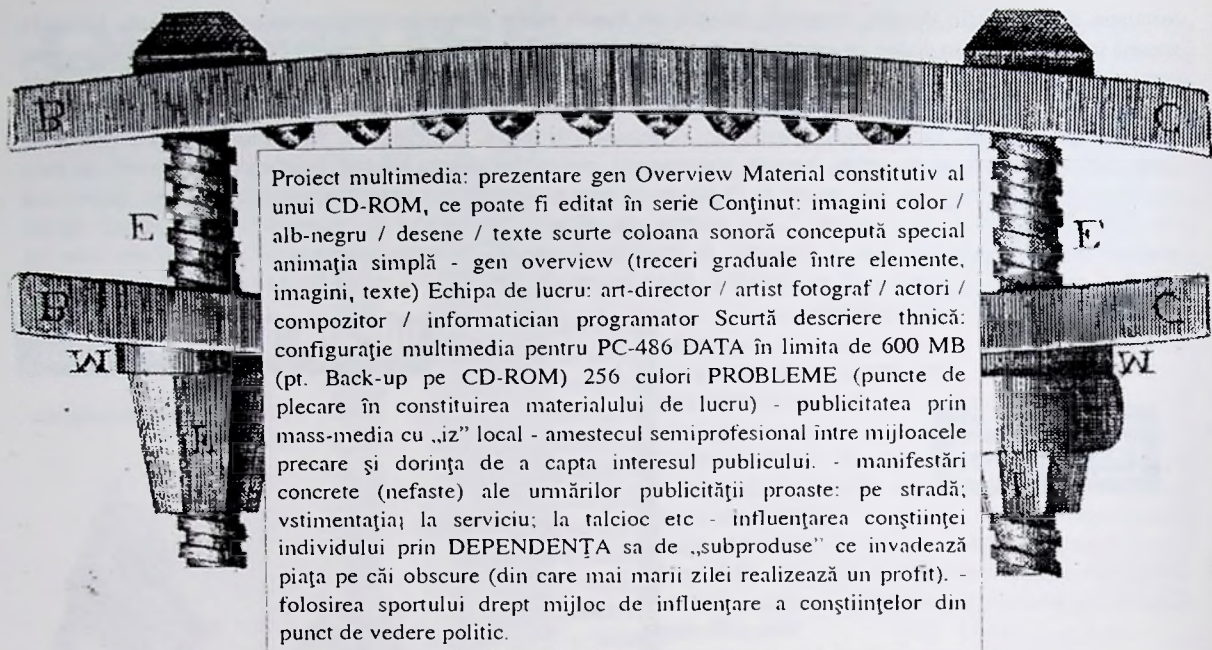
Acțiune: presa de la coloane
CU OCHII PE BULEVARDE: metrou
obiective: VICTORIEI magazine
șantier semafoare
biblioteca AA Grădinița
blocul cu multe firme cinematografe
grădinița de copii case de schimb valutar
Casa Vernescu reclame luminoase
părculețul tarabe
Casa Enescu Nottara
Teatrul Tănase Simeza
intersecții Teatrul Național
Muzeul Colecțiilor metrou
Galateea Fîntîna de la Universitate
magazine stații autobuz
Humanitas, GDS, 22 terase bere
Hotel București
Biblioteca Universitară
Palatul Regal
Muzica
Palatul Telefoanelor
Odeon
Teatrul de estradă
Capșa
tarabe cu flori
Centrul a Armatei
omarta copiilor

VORBIM, VORBIM! apoi...

Cati Orbulescu



întrebări pentru interviuri: „Unde îți petreci ce-a mai mare parte a timpului? Cum vezi ziua de mîine? Ce idoli ai? Care este ultima carte citită? Cînd? Dar ultimul ziar? Îți plac reclamele luminoase? De ce? Momentele importante ale zilei vor fi marcate de un grup de 4 persoane la KM 0 al Bucureștiului - fîntîna de la Universitate dimineața: 1.-flash-cei 4 de la distanță / 2.-portretele în prim plan / 3.-cei 4 își urează o zi bună / prinz: 1+2 de mai sus / 3.-cei 4 discută cu voce tare seara: 1+2 / 3.-cei 4 discută în șoaptă / noaptea: 1+2 / 3.-cei 4 în jurul fîntîinii își fac semne fiecare moment se termină cu apariția celei de-a cincea persoane (portretul în prim plan) care spune: „Mmm...Mda!” De urmărit aspectul pantofilor (praf, noroi). Dimineața-seara cei 4 au vestimentația conform momentelor zilei. Momentele care marchează locuri, spații, oameni, au ca sonor o betonieră. Totul pare a fi o arenă sportivă unde fiecare aleargă după o zi mai bună.

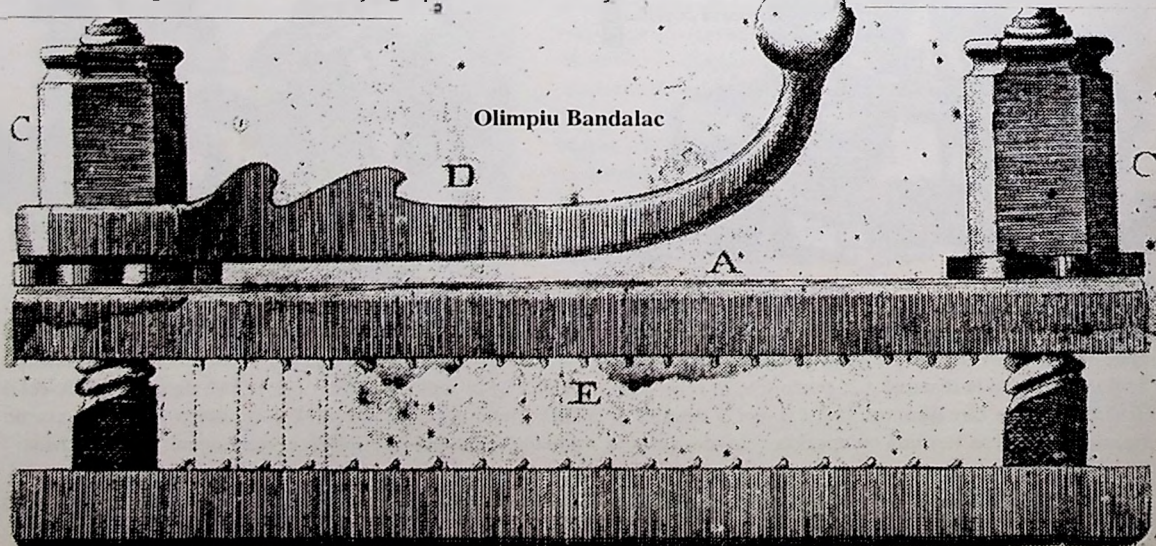


Proiect multimedia: prezentare gen Overview Material constitutiv al unui CD-ROM, ce poate fi editat în serie Conținut: imagini color / alb-negru / desene / texte scurte coloana sonoră concepută special animația simplă - gen overview (tregeri graduale între elemente, imagini, texte) Echipa de lucru: art-director / artist fotograf / actori / compozitor / informatician programator Scurtă descriere tehnică: configurație multimedia pentru PC-486 DATA în limita de 600 MB (pt. Back-up pe CD-ROM) 256 culori PROBLEME (puncte de plecare în constituirea materialului de lucru) - publicitatea prin mass-media cu „iz” local - amestecul semiprofesional între mijloacele precare și dorința de a capta interesul publicului. - manifestări concrete (nefaste) ale umărilor publicității proaste: pe stradă; vstimentația; la serviciu; la talcioc etc - influențarea conștiinței individului prin DEPENDENȚA sa de „subproduse” ce invadează piața pe căi obscure (din care mai marii zilei realizează un profit). - folosirea sportului drept mijloc de influențare a conștiințelor din punct de vedere politic.

A DOUA EPOCA DE AUR SAU RAPORT 90-95



- perpetuarea mentalităților comuniste privind obținerea unui statut social: pilele; aleatoriu la locul de muncă; parvenirea prin relații; bacșișul, corupția... - tipul „exemplului personal” - reminescentă a cultului personalității: vizite de lucru televizate, parade militare, mesaje mediatizate, patima „ubicității”. - „EUROPAAA...!” - stratagema electorală, menită să mascheze imobilismul fotoliilor guvernanților - Francofonia - transpunere caragială a unui concept destul de ambiguu pe aceste meleaguri. - problema maghiară - rana deschisă alimentată periodic de toți actorii implicați. - discursul politicianist, amestec gen: SIDA-BUTIMANU-MERCEDES-BUDAPESTA-OKLAHOMA ce revine continuu prin mass-media, difuzat în mod expres, la ore de vîrf - Patriotardul - personaj contemporan omniprezent. - amestecul diverselor minorități, ce crează o harababură a conceptelor - mania importată a concursurilor gen BINGO - civilizația gospodinelor. - falsul și minciuna înlocuiesc încă o dată realitatea.



Olimpiu Bandalac

O schemă explicativă în care ARTISTUL este vizitat (cu frecvențe oscilatorii) de factori pozitivi și factori negativi. Într-o situație cum este cea care urmează să fie „expusă”, percepția cotidiană demonstrează că realitatea privită ca atare devine contaminată de stimulii unui sistem cultural falit, cea mai convenabilă (regretabilă) și profitabilă formă de comunicare rămâne etichetarea artistului prin închinarea temporară sau definitivă a „vehiculului său spiritual” pe ruta disecției speculative (o fațetă și a mass-media), în cadrul unui limbaj comun. Lucrarea identifică două aspecte: A. în care percepția este facilitată (instalația MELANCOLIA), B, în care percepția (aparent imposibilă) se poate reduce la simple momente de contact, posibile numai în afara realului (instalația PROVERBE DE TIP THUGS)

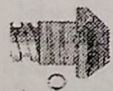
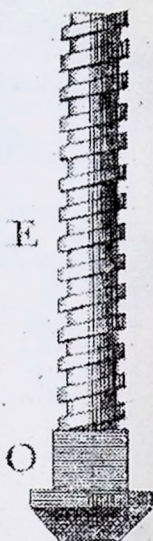
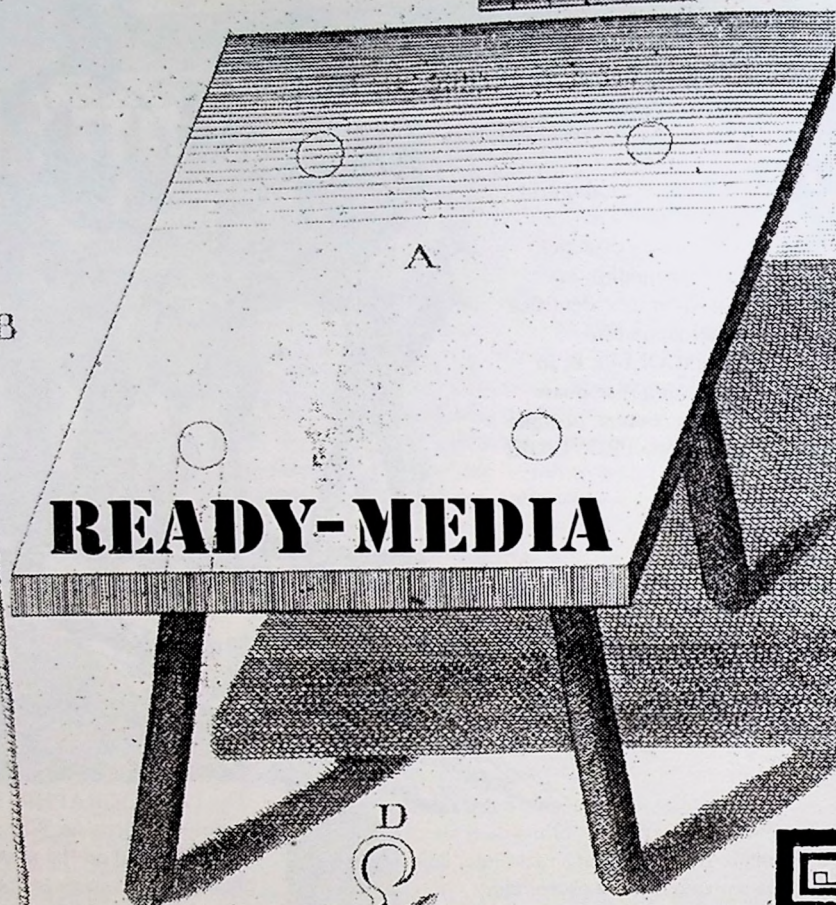


WAR AND THE PLASTIC HEAVEN PARADISUL ÎN DIRECT

Laura Covaci

Un tunel labirint avînd patru secțiuni A. prima secțiune (600/400 cm) o expoziție foto - reportaj a războiului de oriunde (detalii- vezi partea a doua a proiectului prezentat de Martin Nangle) B. a doua secțiune (300/150 cm) a tunelului este luminată doar de niște flash-uri (gen discoteca Vox Maris) și este izolată fonic. B-C. spațiu de trecere complet în întuneric face legătura spre a treia secțiune - dimensiuni circa 150 cm C. a treia secțiune înfățișează pentru cîteva secunde o ocheadă spre „Paradis” Lumina puternică și muzica dată foarte tare sînt pornite și oprite la fel de brusc în momentul în care se ajunge aici . în acest context camera tunelului are forma unui triunghi sau a unui semicerc îmbrăcat în oglinzi magice (în genul celor de la bîlci) pe care se vor picta - aura, aripile, sexul (?) și poate și un pic din camea roz grăsulie a îngerilor. În momentul oglinzirii juxtapunerea nu va fi corectă rezultînd o imagine deformată - tragicomică a vizitatorului. El va putea admira de asemenea în acest fals Eden accesorii ca: un gazon de plastic ce va acoperi podeaua, flori din același material (Made in Germany), bolta cerească (ce te ține) ce cuprinde ea și multe altele. Spațiul va avea o înălțime de circa 300/200 cm. D. a patra secțiune a tunelului (300/150 cm) va fi în întuneric avînd doar un indicator luminos pentru ieșire - EXIT D1. un spațiu (circa 150/150 cm) ieșirea din labirint.

The PHOTOGRAPHIC SHOW (Martin Nangle) will focus on War and Propaganda and on the manipulation of the photographic image for political, military and cultural advantage in ethnic and international conflicts. At the same time, show that photography in itself is not perputrating falsehoods but rather that it is human interpretation that is at the root of all disinformation. The show will use still images and video from the following conflicts to convey its message. 1. The Gulf war 1990-1991 (video & stills) 2. The Bosnian war 1992-1993 (stills) 3. The siege of Sarajevo 1992 (stills) 4. The post communist Romanian experience and the break-up of the USSR (Moldova) 1990-1995 (stills) 5. The Irish conflict 1971-1995 (stills & video) The show will also contain images from 4 European cities that best illustrate social issues that have been fostered on its inhabitants due to division and conflict i.e. alienation, poverty, social conditions etc. and to explain how the image can be exploited in either a positive or negative way, depending on the objectives of the user.



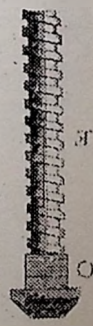
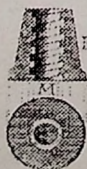
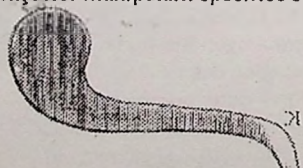
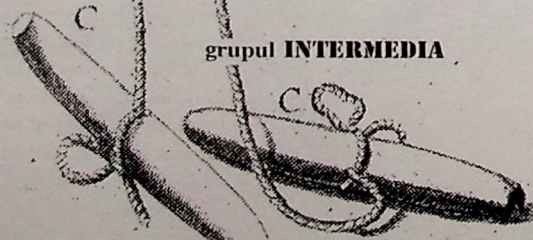
instalație mediatică

componenta monitor tv+player / computer cu interfață video / sistem de oglinzi / afiș CALUL VERDE / numărul special (aici de față) al revistei INTERMEDIA

structura: față în față - monitorul tv. versus computerul / sistemul de oglinzi între ele. funcționare: A. pe monitorul tv se va derula un grupaj de înregistrări selectate din programele de televiziune transmise prin cablu, y compris tvr. B. pe ecranul computerului se vor derula imagini scanate din grupajul de la obiectul A. C. sistemul de oglinzi va oferi posibilitatea unei priviri simultane a celor două obiecte, A+B.

scopul: deconstrucția manipulării practicate în sistemul televiziunii prin recursul la un alt tip de manipulare cu ajutorul programului Media-Mate care se va constitui astfel într-un comentator critic și ironic al clișeele manipulării specifice sistemului cu pricina.

grupul INTERMEDIA



Product of INTERMEDIA

produs lichid necesar funcționării instalației mediatice **READY-MEDIA**

Românașului îi place
Sus la munte, sus la munte la izvor
Liber și să fie-n pace,
Al naturii, al naturii domnitor





READY-MEDIA

instalație mediatică

