rima ayache 2014-2015

p h o t o g r a p h i e s

b e l l e v u e

Même si la réalité est morne, peu spectaculaire, dépouillée et modeste, c'est ce retour à l'image zéro que je tente ici de solliciter en remplaçant durant 7 jours, la fiction publicitaire des panneaux de l'espace publique par la reproduction d'un vis à vis.
Ces images cependant ne sont pas des miroirs, ce sont plutôt de faux-semblants issus du regard subjectif et non systématique d'un auteur (moi), dont l'intervention « empirique dans un cadre extérieur » propose un bref arrêt dans le cours normal des choses.

Although the reality is bleak, unspectacular, stripped and modest, it is this return to the degree zero of the image I try to request here by replacing during 7 days, the advertising fiction of the public sphere by a fiction of another kind.

These images, however, are not mirrors, they are rather shams coming from the subjective and unsystematic view of an author (me), whose outdoor intervention in the space of the city suggests a short reflexive stop in the normal course of things.

catégorie 4

catégorie 4

catégorie 1

catégorie 4

catégorie 3

catégorie 3

catégorie 2

catégorie 2

bellevue en vis à vis dans l'espace public

Une volonté de détourner les panneaux publicitaires de leur fonction première, m'a incité à effectuer plusieurs interventions virtuelles, dont j'ai sélectionné une partie en vue de ce portfolio.

Le propos est similaire à une utopie allant de soi: imaginer à quoi pourrait ressembler le milieu urbain si les publicités disparaissaient de nos champs de vision, et qu'à la place il y aurait comme des passages à vide reflétant de manière ambigüe, les multiples strates de la cité.

La question évoquée en filigrane tout au long de cette démarche fut la pertinence ou non de réaliser cette idée sur le terrain, car chacune de ces propositions est idéalement destinée à être mise en jeux dans un contexte réel, même si en principe l'image suffit à témoigner de l'intention expérimentale dans un espace clos, elle reste virtuelle.

J'ai finalement opté pour une intervention concrète et choisi deux panneaux, taille F12 - de catégorie 5, situés à l'entrée du passage sous-terrain de la gare CFF de Sierre, à la Plaine Bellevue. Les vues que j'ai choisi d'exposer remplaceront l'espace dédié aux affiches publicitaires et seront visibles durant la semaine du 20 au 27 Janvier 2015.
La démarche en elle-même est tributaire du climat, d'où les aléas imprévisibles quant au résultat.

Les photographies sont accompagnées d'un index - lequel définit leur catégorie d'emplacement:
Catégorie 1 (emplacement publicitaire le plus fréquenté par les automobilistes, le plus cher à louer) à la
Catégorie 5 (le moins fréquenté par les automobilistes, le moins cher)

« bellevue » in the public space

A will to hijack publicity pannels of their prime function, prompted me to make several virtual interventions. Some of them are presented in this portfolio.

The concept is similar to an experimental utopia – in view to imagine how it might look like if the ads disappeared from our field of vision, and that instead of them there would be empty passages reflecting in an ambiguous way, the many layers of the city.

The question raised between the lines throughout this approach was: is it relevant or not to realize this idea «for real» in public space, as each of these proposals is ideally intended to be tested on the ground, even if the image is enough to testify of the intention, it remains virtual, so it doesn't work outside.

I finally opted for a concrete try and have chosen two F12 panels - Category 5, situated next to the railway station of Sierre, at the Bellevue plain. The views I propose to show will replace the space dedicated to advertising posters - during the week of 20 to January 27, 2015. The approach itself is dependent on the climate, where the unpredictable vagaries in the result.

The photographs in this book are accompanied by an index - which defines their site category: Either Class 1 (advertising site most used by motorists, the more expensive rent) Category 5 (the least frequented by motorists, the cheapest)

catégorie 1

catégorie 1

catégorie 1

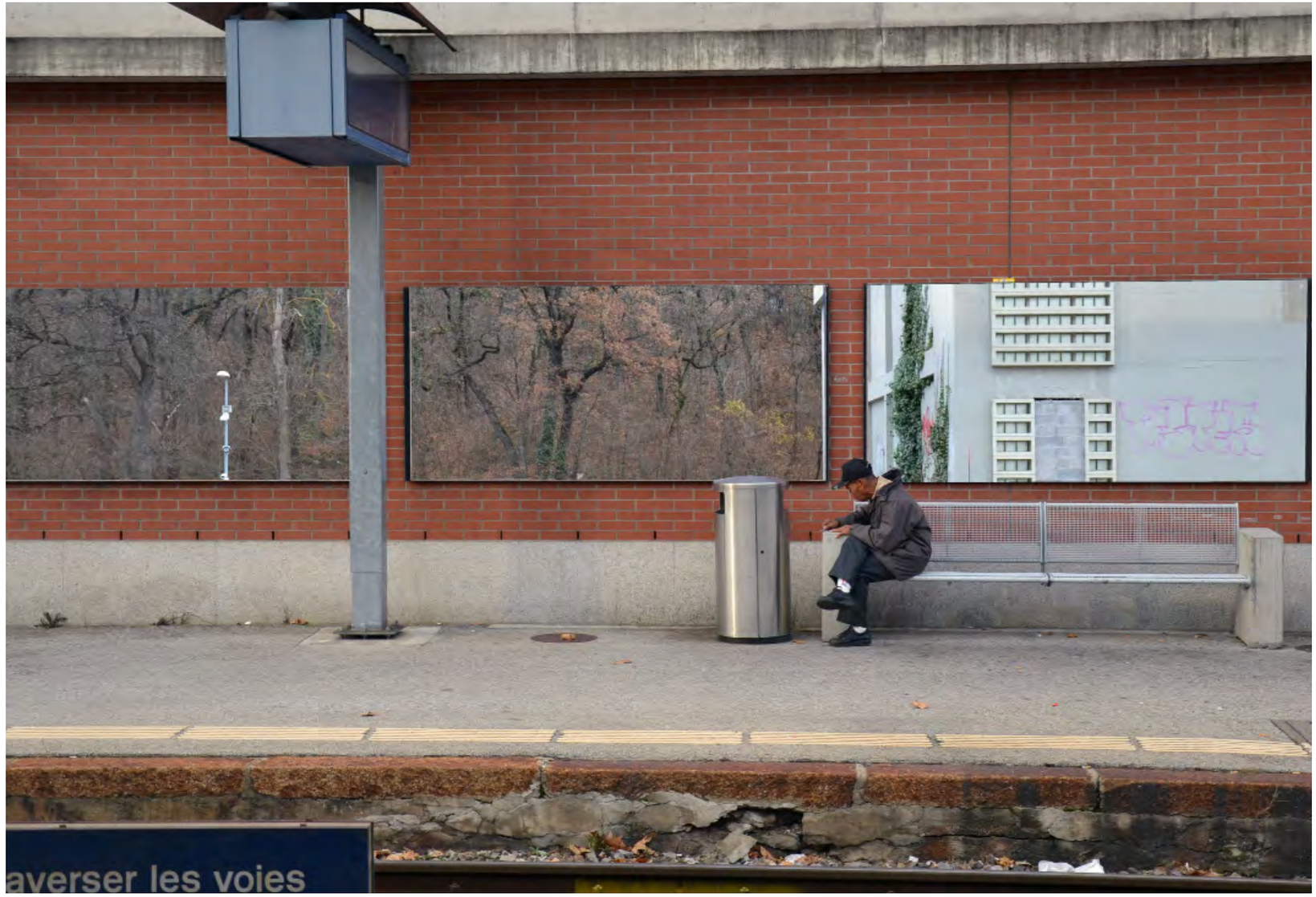
catégorie 2

HÔTEL DE VILLE

Impression laissée par ma première intervention dans l'espace public
Sierre - Janvier 105 - Place Bellevue -2 panneaux publicitaires revisités

Les panneaux sont restés 1 mois au lieu d'1 semaine, ce qui me suffit à penser que ce fut une intervention appréciée- (comme si les rouages de la machine économique (publicitaire, la SGA dans ce cas) m'avait concédé par le biais de ces 2 images de non-lieux (et par là même aux passants) une pause, un break, un temps d'arrêt prolongé dans le système marketing des affiches publicitaires - je venais les admirer dès que je pouvais, me sentant responsable de leur présence improbable; et je sentais ces images vulnérables - exposées aux yeux et à la merci de tous. Au fil des semaines, j'avais l'impression qu'ils étaient devenus invisibles et gardiens à la fois d'un état d'esprit non mercantile, se fondant dans le paysage environnant sans attirer l'attention de manière outrancière - (ils n'ont d'ailleurs subi aucune déprédation).
– J'ai recueilli certaines remarques auprès de connaissances allant dans ce sens où les mots calme, paisible, harmonieux sont apparus.

catégorie 5



catégorie 4

catégorie 3

catégorie 2