

BIRREAN BILLBOARD CITY

A bird's eye view into a commercial paradise lost

Een vogelvlucht door een verloren commercieel paradijs

Hosted by: Spot Collective

Project Information (EN)

A World beyond Advertisement

BIRREAN BILLBOARD CITY brings together a selection of billboards from the heyday of Birrea: a hyper-commercialised avian society eventually brought to collapse beneath the weight of its environmental and economic excesses.

Once enlisted in the work of persuasion, the billboards were perched atop the old Birrean cityscape. Recovered after societal collapse, they have been preserved under Princess Picquetta's mission at the Ministry of Culture and elevated from instruments of advertisements to quasi-sacred objects of aesthetic value.

Their strange images and inscriptions, rendered in the bizarre language of Birrean, offer glimpses into a society unfamiliar yet still recognisable, inviting us to read their peculiarities back onto our own world.

The Peacock Princess's Project

Billboards once surrounded Birrean inhabitants with images of what was desirable, beautiful, and worth becoming. Generations hatched and grew up beneath them. Princess Picquetta's regime has learned to look at these images differently, preserving and repurposing them as signs of a shared cultural past, and in doing so turning the visual language of commerce into a language of legitimacy. Perhaps there is little difference between being surrounded by things you are told to desire and being surrounded by things you are told to admire.

Living in the Advertisement

Advertising does not simply sell us products; it sells us images of what is desirable, beautiful, and worth becoming. Increasingly, those images become part of how we present ourselves, blurring the line between being persuaded by an image and choosing to embody it. Social media has made this boundary even more porous, where advertising, personal expression, politics, and cultural allegiance can all take on the same visual language.

BIRREAN BILLBOARD CITY imagines a future in which these images have outlived the world that produced them, surviving as strange remnants whose original purpose has been largely forgotten. Removed from the streets and their commercial context, they are collected, displayed, and interpreted as cultural artefacts, offering a tongue-in-cheek parody of the ways cultural institutions turn remnants of the past into objects of cultural legitimacy. The installation explores the loss of public advertising and the ways museums give what has disappeared from public life a new cultural life, entangling preservation with the construction of ideology.

Projectinformatie (NL)

Een wereld voorbij reclame

BIRREAN BILLBOARD CITY brengt een selectie billboards uit de hoogtijdagen van Birrea samen: een hypergecommercialiseerde vogelmaatschappij die uiteindelijk bezweek onder haar ecologische en economische excessen.

Ooit stonden de billboards in dienst van de overtuigingskracht van reclame en torenden ze boven het stadsbeeld

van Birrea uit. Na verschillende periodes van maatschappelijke ineenstorting werden ze teruggevonden, verzameld en bewaard. Onder leiding van Prinses Picquetta en het Ministerie van Cultuur kregen ze een nieuwe betekenis: van reclamemiddel veranderden ze in bijna heilige objecten, gewaardeerd om hun schoonheid en als getuigen van een gedeeld verleden.

Hun vreemde beelden en opschriften, geschreven in de merkwaardige taal van Birrea, geven een inkijk in een samenleving die ons tegelijk vreemd en opvallend bekend voorkomt. Juist door die afstand kunnen de eigenaardigheden van Birrea iets van onze eigen samenleving zichtbaar maken.

Het project van de Pauwenprinses

De billboards omringden de inwoners van Birrea ooit met beelden van wat mooi, begeerlijk en nastrevenswaardig was. Generaties werden eronder geboren en groeiden ermee op. Onder Prinses Picquetta worden dezelfde beelden nu opnieuw bekeken: als herinneringen aan een gedeeld verleden en als symbolen van Birrea's culturele erfgood. Zo verandert de beeldtaal van de commercie langzaam in een beeldtaal van legitimiteit. Misschien is er weinig verschil tussen wat we moeten verlangen en wat we moeten bewonderen.

Leven in de reclame

Reclame verkoopt ons niet alleen producten; ze verkoopt ons ook beelden van wat mooi, begeerlijk en nastrevenswaardig is. Die beelden worden steeds meer onderdeel van de manier waarop we onszelf laten zien. De grens tussen beïnvloed worden door een beeld en ervoor kiezen om het zelf uit te dragen wordt daardoor steeds vager. Op sociale media lopen reclame, persoonlijke expressie, politiek en culturele identiteit moeiteloos door elkaar en gebruiken ze vaak dezelfde beeldtaal.

BIRREAN BILLBOARD CITY speelt zich af in een toekomst waarin deze beelden de wereld die ze heeft voortgebracht hebben overleefd. Ze zijn overgebleven als vreemde resten waarvan de oorspronkelijke betekenis grotendeels verloren is gegaan. Losgemaakt van de straat en van hun commerciële context worden ze verzameld, tentoongesteld en opnieuw geïnterpreteerd als cultureel erfgood. De installatie drijft de spot met de manier waarop culturele instellingen resten uit het verleden tot betekenisvolle en gezaghebbende objecten maken. Wat ooit onderdeel was van het openbare leven en bedoeld was om te verleiden en te overtuigen, krijgt zo een nieuw leven in het museum, en daarmee mogelijk ook een nieuwe vorm van macht.

Image List

Filename	Caption	Credit
birrean-billboard-city-smaller_1788208659.png		Nils Axen

The images above are included in the ZIP under /images.