



Dialog with Difference: Approaching the Saigonese Other

by Dr. Ashley Carruthers

Ho Chi Minh City, Third World metropolis of eight million people, is an urban system of awesome complexity. The particular form the rapidly changing cityscape takes is the result of a plethora of sometimes competing, sometimes mutually reinforcing local, regional, national and global processes. In naming only some of the most important of these multi-scalar dynamics, we might point to rural-urban migration, particularly from the impoverished and overpopulated regions of the adjacent Mekong Delta; industrialization, which is turning parts of Saigon and neighboring Dong Nai Province into a giant industrial park; urbanization, which is making dormitory suburbs of Saigon's peri-urban agricultural lands; and social polarization, including the gentrification in particular of those inner city areas along the rivers and canals that used to house the most marginal of the city's residents. The impacts of cultural globalization and consumerism are everywhere to be seen, having thoroughly transformed the Saigonese streetscape since taking firm hold in the 1990s. In youthful Saigon (60% of Vietnam's population is under 30 years of age), consumer identities and lifestyles are increasingly at the center of social life.

Dr. Ashley Carruthers is a Lecturer in the School of Archaeology and Anthropology at The Australian National University. His research focuses on the Vietnamese, Lao and Cambodian diasporas and their connections with their homelands. A Vietnamese speaker, who has spent periods living, researching and working in Ho Chi Minh City, he also teaches a field school for the Australian National University in Danang and Quang Nam every year. Carruthers takes a keen interest in contemporary Asian and Australian art, and has written numerous catalog essays, reviews and articles.



Vietnam's recent economic growth is symbolized above all in the world's highest rates of ownership of that supreme object of desire, the moped. The "Honda", and for increasing numbers the car, in turn symbolize the social aspirations of young Saigonese by their promise of freedom of movement through a city of leisure and spectacle—albeit on streets increasingly choked by traffic.

The artists participating in SUPER STRUCTURES were invited to engage with some aspect or other of this dynamic urban structure. While the project's title evokes a whiff of classical Marxism—perhaps a bit of intentional theoretical camp on the part of the curators—the seven Nordic artists/units involved in this project proved, felicitously, to be working with a much more postmodern structural imaginary. In some cases, such as Minna Heikino's *Story of Ho Chi Minh City*, this meant being explicitly deconstructive. In others, it came out as a capacity to read and graft onto the already utterly poststructuralist arrangement of social life, production, consumption, communications and movement that characterizes everyday existence in HCM City.

Peter Johansson/Barbro Westling chose to focus on the dimension of the inter-personal, and to reflect on the way in which their relatively brief relationship with the city's denizens was structured through social and cultural difference. The performance piece *KOLLAPS*, the final act of SUPER STRUCTURES, expressed the artists' sense of ambivalence and humility before the challenge posed by this project. Thinking perhaps of those curators who turn up in cities of the Third World, a little in the manner of carpetbaggers, to 'discover' unknown local talent, the artists wore oversized heads to signal their distance from these all-knowing art world extra-territorials. Johansson and Westling instead chose to mask themselves, and to enact their encounter with their audience in the dark, thus showing themselves keenly aware of the speed limits placed on meaningful engagement with a very different, very unfamiliar place like Saigon.

This heightened level of reflexivity about their relationship with their audience and with the city's "natives" invokes the epistemological critique of ethnography that took place within the discipline of anthropology from the 1980s, but which had ramifications far beyond for our understanding of the nature of contact and communication across cultural boundaries. In the simplest terms, this critique charges that historically, anthropology's "native" or "Other" is an effect of disciplinary discourse, and a product of the ethnographer's own subjectivity (Clifford, Marcus et al. 1986; James, Hockey et al. 1997). This critique has been important also within an increasingly globalized contemporary art scene in which hyper-mobile curators and artists have been compared to ethnographers. When taken to the limit, however, it threatens to induce ethnographic (and artistic) paralysis, and to steer us away from the difficult task of approaching and knowing the Other.

More recently, it has been argued that globalization provides a way back in to ethnography since, in an age of global media and markets, the issue of reflexivity is now not just the concern of anthropologists, but is a pressing issue for their informants also (Mazzarella 2004: 346-7). The same might be observed for Western artists seeking to engage with and represent peoples and cultures in the non-West. The cosmopolitan and multicultural nature of global cities means that their citizens are increasingly reflexive about cultural difference, and do not automatically assume a shared and unquestioned set of meanings and values in their interactions with their fellow urbanites. In HCM City, this cosmopolitanism arises most obviously in places such as District One, where interactions with foreign tourists and expatriates are common. More surprisingly, however, it is also very much present in the outer parts of the city, where people of diverse regional accents and identities, as well as of different ethnicities, routinely encounter each other in a more demotic cosmopolitan milieu.

In *KOLLAPS*, Peter Johansson/Barbro Westling perhaps make similar observations and draw similar conclusions when, despite the trepidation with which they begin, the artists complete their performance with the hopeful gesture of binding together the hands of all in the audience with red thread. In doing so they signify that despite the tentative process, visitors and hosts have indeed ended up entwined, and some kind of inter-subjectivity has been achieved.

Minna Heikino is also motivated by a concern for the Saigonese Other in her work, although in a more explicitly philosophically informed way. Her *Story of Ho Chi Minh City* is the continuation of a filmmaking

practice informed by a Levinasian ethics for the Other. She sees film-making as an open and disinterested approach to the Stranger—a figure central not only to the ethics of deconstruction, but also, appropriately enough, to the history of the sociology of the city. Simmel's Stranger, the person "who comes today and stays tomorrow", famously embodies the dialectic of proximity and distance that characterizes social relations in the city. Interestingly, the strangers Heikinaho approached in making her film responded to her quite small scale and personal questions about their experience of life in the city with a much larger scale discourse: that of modernity and civilization. These Saigonese interviewees reacted to the novel situation of being confronted by a foreigner with a camera by voicing their utopian imaginings of an orderly, modern and 'civilized' Saigon. Interviewees comment about the presence of rural migrants in Saigon and their disruption of the neighborliness and security of the city. One even invokes as a vision of the future the example of Phu My Hung, the model city across the river, built along forbiddingly strict lines by a Taiwanese company and referred to by the locals as "Singapore".

Before we despair at this naïve enthusiasm for an exhausted version of modernity, I'd point out that all of the Vietnamese people I have talked to who have actually lived in Phu My Hung have described it as unbearably "*buồn*" (sad and boring). Uncompromizing modernity is desired as spectacle rather than reality in chaotic Saigon. No doubt this dystopic vision of an orderly, but empty and lifeless, streetscape is a reflection of people's disaffection with an urban landscape dominated by the truck, minibus, car and motorbike, and plagued by uncontrollable flows of people, effluent and rodents. It may also be an indication of the fact that locals cannot (yet) imagine what a genuinely participatory space of Vietnamese public life might look like.

To appreciate the importance of this politics of space it is worth looking in a comparative spirit at the experience of another Third World megalopolis, Colombian capital Bogota. Enrique Peñalosa, former mayor of Bogota, felt that the unequal access to public space that prevailed in his city was so important a source of social inequality that he poured a significant part of the city's finances into improving public transport, building a world standard network of cycle paths, and making sure that all the city's residents had access to green space. And indeed this space-centric policy seems to have had substantive and not merely symbolic effects on the sense and actuality of urban citizenship and social belonging in Bogota. Heikinaho's video arguably points to a (not yet fully articulated) desire on the part of Saigonites for just such an urban policy.

In Vietnam's modern history, Mandy Thomas argues, public spaces, and the crowds that gathered in them, have been quintessentially socialist ones. She identifies the crowd which greeted Ho Chi Minh's announcement of Vietnamese independence in Hanoi's Ba Dinh Square in 1945 as the archetypal Vietnamese crowd (Thomas 2002). By contrast, Vietnamese post-socialism in the realm of the market has led not to the rise of public spaces and crowds associated with some kind of post-socialist politics or other, but rather to the privatization of space that was previously public. Much of the public space that is left in Saigon, with the possible exception of the city's few and very well used parks, is by and large given over to the (exclusive) activities of consumption and leisure. For the poor, access to the center of the city is controlled in both formal and informal ways: the difficulty and cost of parking even a moped; the social intimidation exercised by the big stores and the very streets themselves, which have become associated with privileged foreigners; and the vigilant police and private security guards who determine



who may properly inhabit these spaces and who will be subject to suspicion.

In Saigon, *flânerie* is conducted not on foot but by Honda. On Sunday afternoons friends invite each other to “go around” (*đi vòng vòng*), an activity that quite literally involves driving in circles around the city’s main thoroughfares. This is, perhaps, a form of access to the city’s symbolically important places. But at what cost? Walking and cycling are now practically impossible; nobody walks or rides but tourists and the poor. There even exists now a special class of policemen dedicated to helping tourists cross the road, with their own particular shade of lime green uniform! Poor locals however must fend for themselves, and the itinerant sellers carrying their wares on bamboo poles across their shoulders are among the most marginal people in the city.



Pasi Karjula and Marko Vuokola, who form OLO, chose just such a figure to form the centerpiece of their work for SUPER STRUCTURES. In *OLO NO: 45*, a middle-aged woman, such as one might see on any given evening carrying baskets of fruit or soup through the streets balanced on a bamboo pole, carries instead a pair of disco mirrorballs. As she circles the seamy backstreets of District One, a natural audience is formed by men sitting at cafe tables erected on the pavement, people seated waiting on motorbikes, householders lingering in their doorways and children playing in the street. The tedium of the languid evening is pleasantly interrupted by this apparition; the theatrical nature of the life of the street is momentarily highlighted, before people return to their conversations, their everyday cares, or their childish games. It is significant perhaps that OLO chose an itinerary which passes through this slightly insalubrious and, for the moment, forgotten corner of District One. This is a part of old Saigon in which there still exists a life of the street, rather than one of the barren highways that are now increasingly characteristic of the city.

Sten Are Sandbeck’s work is also in the manner of an interrogation of public space, although from the viewpoint of the significance of the public image rather than from that of access and mobility. Sandbeck’s eye was caught by the culture of the ubiquitous stamp that accompanies Vietnamese officialdom, and his research photos feature an image of a pre-socialist stamp reading “Sai Gon-Cho Lon City”, its authority neutered by dint of being safely housed under glass in the History Museum. He was also diverted by the stickers and stencils advertising sewerage pumping (*rút hầm cầu*) that festoon Saigon’s walls and telegraph poles. Public image-making is a highly politicized act in Vietnam, and the heroic socialist billboard still marks the norm of the non-commercial public image. Thus even these minute acts of guerrilla advertising become in HCM City the subject of endless morally panicked newspaper editorials. ‘Proper’ graffiti is even more controversial, as Tuan Andrew Nguyen’s 2008 documentary *Vẽ Bậy (Spray It Don’t Say It)*, a preview of which I was lucky enough to see at a conference in Seoul, demonstrates.

Taking a leaf out of the book of the enterprising sanitation vehicle operators who stick and stencil their message across the city, Sandbeck had his own stamps made—ones featuring a schematic human figure—and ensured they would go on to live lives of their own by making them available to people attending the SUPER STRUCTURES presentation. Sure enough, the stamped image is beginning to appear around the city, not least on the staid walls of the Museum of Fine Art. If graffiti is a universal urban phenomenon, perhaps this has something to do with urbanites’ intuitive understanding that the cityscape is itself a kind of text. Sandbeck has inserted himself into this narrative of the city by initiating a furtive and enigmatic dialogue with his erstwhile Saigonese neighbors, carried out on the city’s grimy walls.

Designers Aamu Song and Johan Olin, who form COMPANY, chose a different point of entry into Saigon’s urban systems. Beginning with the casual observation that they both possessed Vietnamese-made shoes

purchased in Helsinki, the artists set out to learn more about the people who might have manufactured them. In a very clever play on words suggested by SUPER STRUCTURES co-curator Sue Hajdu, the designers gave the Vietnamese nickname *Đôi Mới* ("a new pair") to their shoe story project. With a different tone on the first word, this expression signifies Vietnam's 1986 policy of economic Renovation, *Đổi Mới*, which has brought the nation an average of seven per cent GDP growth over the last ten years. *Đổi Mới* has also brought the Export Processing Zones and the Taiwanese and Korean factories that subcontract for global sports shoe manufacturers like Nike and Adidas. The largely female labor force that works in this sector suffers harsh working conditions like non-negotiable overtime, poor workplace safety and frequent verbal and even physical abuse from overseers, in addition, of course, to low pay. There were over five hundred strikes over such issues in the HCM City-Dong Nai area alone in 2008. The government's own economists warn of the low quality of economic growth that Foreign Direct Investment in EPZs brings, and the risk of Vietnam falling perpetually into a 'low cost labor trap' whereby the nation's unskilled labor must be offered up for little more than survival wages until such a time as the venture capital behind the factories decides to move elsewhere. COMPANY's logo for their Vietnamese shoe project, a cartoon version of a heroic socialist poster featuring a Vietnamese family on a moped, suggests the artists are very much alive to the irony of the fact that the historical path of Vietnam's proud revolution should have led to this strange cul de sac of the two "Doi Mois": Renovation, EPZs and lots and lots of new shoes.

Discovering wooden-soled shoes for sale on Saigon's streets, COMPANY were inspired to design a series of their own wooden-soled shoes, some of which mimic the form of the slick shoes made by the global sportswear companies, but with wood in place of the hi-tech, shock absorbing synthetic soles. These hybrid shoes are particularly intriguing objects, not least for the way in which the wood, 'weighs down' the otherwise feather-light sports shoe. As Naomi Klein has pointed out with some eloquence, the global





sportswear brands have taken commodity fetishism to new heights by divesting their products almost entirely of any materiality at all. Nowadays one doesn't buy a product, one buys a brand, an idea, a lifestyle. When Nike closed its North American manufacturing operations it defended itself against the charge that it had sent jobs offshore by saying that it had done no such thing: the jobs had, rather, evaporated (Klein 1999). Nike shoes are arguably the quintessential disembodied good. They are not marked one iota by the cultural context of their production and, apart from that unavoidable "Made in Vietnam" label, they bear no stain of the embarrassing scene of toil that ties them to their actual physical makers in the factories of Bien Hoa.

COMPANY have sought to interdict and reverse this process of hyper-commodity fetishization. In addition to returning the materiality to the sports shoe by anchoring it to the earth with wood, they are returning a Vietnamese 'cultural smell' to this standardized global product, turning it into a hybrid of a disembodied and a 'traditional' good. The shoes are given a further layer of global flavoring by the introduction of a Scandinavian influence, and the artists intend to set up their own global assembly line by continuing to manufacture their shoes in Saigon and selling them in Helsinki. Ironically, these 'traditional', 'crafted' shoes are to be re-inserted into the transnational system that in the case of Nike and its ilk is entirely dedicated to the dematerialization and eradication of the context of production. Quite contrary to this, COMPANY have hooked into a more humanistic labor regime than that of the EPZ: their local partner, Thanh Tien, looks more like a family business or cottage industry than anything else. They have been careful to record the names and faces of their workers in their research materials, and one hopes the shoes' distant buyers will find themselves invited into a personal rather than anonymous relationship with their makers. Perhaps the producers and the consumers of these re-embedded shoes will find themselves in something more like a traditional Vietnamese moral economy than a cold and anonymous relationship mediated by the market. *Clop clop.*

In SUPER STRUCTURES, a group of Nordic artists had a few short weeks in which to find its feet in Vietnam, conceptualize works in response to HCM City's dizzying urbanscape, and then implement and informally present them. It sounded like a tall order, and yet the artists participating in SUPER STRUCTURES rose to the challenge of this sometimes unyielding city, producing a rich set of artistic strategies that engage with an array of its systems, subjects, spaces and symbols.

Clifford, J., G. E. Marcus, et al. (1986). *Writing culture: the poetics and politics of ethnography*. Berkeley, University of California Press.

James, A., J. L. Hockey, et al. (1997). *After writing culture: epistemology and praxis in contemporary anthropology*. New York, Routledge.

Klein, N. (1999). *No logo: taking aim at the brand bullies*. New York, Picador.

Mazzarella, W. (2004). "Culture, Globalization, Mediation." *Annual Review of Anthropology* 33: 345-367.

Thomas, M. (2002). "Out of control: emergent cultural landscapes and political change in urban Vietnam." *Urban Studies* 39(9): 1611-1624.



06

image credits: 01, 04. © Wakako Iguchi
02, 05, 06. Nishizawa Tomoko
03. Vũ Anh Thư



Đối thoại với sự khác biệt: Tiếp cận “người lạ” Sài Gòn

bởi Ts. Ashley Carruthers

Thành phố Hồ Chí Minh, thủ phủ của các nước Thế giới thứ Ba với hơn tám triệu dân, một hệ thống đô thị với mức độ phức tạp đáng nể. Đặc thù này làm thay đổi diện mạo của đô thị với một tốc độ chóng mặt. Nó còn là hậu quả của tình trạng bão hòa của các mối quan hệ lúc thì liên kết, lúc thì cạnh tranh giữa các địa phương, vùng miền, ở tầm quốc gia, lẫn toàn cầu. Khi cần gọi tên một vài nhân tố quan trọng nhất của cái động lực đa-vô hướng đó, ta có thể chỉ ra ngay vấn đề nhập cư từ nông thôn ra thành thị, đặc biệt là từ những vùng còn nghèo khổ và quá đông dân cư của vùng đồng bằng sông Cửu Long ngay kề bên; sự công nghiệp hoá, vốn biến đổi nhiều phần của Sài Gòn và của tỉnh Đồng Nai sát bên thành khu công nghiệp không lồ; tiến trình toàn cầu hoá, hiện biến những vùng nông thôn nửa thành thị của Sài Gòn thành khu nhà ngủ trọ của những người

Tiến sỹ Ashley Carruthers là giảng viên trường Khảo cổ và Nhân chủng học thuộc Đại học quốc gia Úc. Nghiên cứu của ông tập trung vào mối liên hệ của những người di cư đến từ Việt nam, Lào và Cam pu chia với quê nhà của họ. Thông thạo tiếng Việt; ông đã sống, nghiên cứu và làm việc một thời gian tại Thành phố Hồ chí Minh. Ông cũng tham gia giảng dạy thường niên tại các chi nhánh của Đại học Quốc gia Úc tại Đà Nẵng và Quảng nam. Carruthers quan tâm sâu sắc đến Nghệ thuật đương đại Châu Á và Nghệ thuật Úc, ông đã có nhiều bài khảo cứu, bình luận và dựng tập về đề tài này.



đi làm trong thành phố khi đêm đến; sự phân cực xã hội, bao gồm cả sự chuyển hóa đô thị do thu nhập, đặc biệt ở những khu vực trong thành phố, nơi dọc những con sông và kênh đã từng là nơi cư ngụ của những công dân 'ngoài rìa' của thành phố. Những hệ quả của tiến trình toàn cầu hóa văn hóa và của chủ nghĩa tiêu dùng có thể nhìn thấy khắp nơi, chúng đã hoàn toàn biến đổi quang cảnh đô thị Sài Gòn từ những chuyển đổi mạnh mẽ trong những năm 90. Ở cái Sài Gòn trẻ trung này (60 % dân số Việt Nam ở độ tuổi dưới 30), tính cách và lối sống tiêu dùng ngày càng chi phối đời sống xã hội. Tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam gần đây được hình tượng hoá với tỉ lệ cao nhất thế giới trong việc sở hữu thứ phương tiện đại diện cho sự ham muốn vật chất: chiếc xe gắn máy. Chiếc "Honda", và sự gia tăng số lượng của xe hơi, lần lượt đại diện cho ước muốn xã hội của những người Sài Gòn trẻ, cho hoài vọng của sự tự do được dạo quanh thành phố trong sự nhàn nhả và phò trương - bất chấp hiện trạng giao thông ngày càng ứ ứ.

Những nghệ sĩ tham gia dự án SUPER STRUCTURES (SIÊU CẤU TRÚC) được mời thâm nhập vào các khía cạnh xã hội của cái cấu trúc đô thị năng động này. Trong khi tiêu đề của các dự án gợi lại cái ảnh hưởng của chủ nghĩa Mác-xít cổ điển, hoặc có mang đôi chút của sự phê phán mang tính lý thuyết có chủ đích của người giám tuyển. Năm nhóm và hai nghệ sĩ vùng Bắc Âu tham gia vào dự án chứng tỏ, một cách thuyết phục, lối tiếp cận mang nhiều ảnh hưởng của Cấu trúc hậu Hiện đại. Trong một vài trường hợp, như trong *Câu chuyện Thành phố Hồ Chí Minh* của Minna Heikinaho, câu chuyện với ý nghĩa rõ ràng theo xu hướng giải tỏa kết cấu. Trong các dự án khác, chúng được hình thành như một khả năng ghép nối vào cái nền tảng kết cấu, vốn đã mang tính tuyệt đối hậu cấu trúc của đời sống xã hội; sản xuất- tiêu thụ, thông tin liên lạc và sự chuyển động, những thành tố tạo nên những bản sắc đặc trưng trong lối sống của cư dân TP. HCM.

Peter Johansson/Barbro Westling đặc biệt chú trọng vào các khía cạnh liên cá nhân, để phản ánh quá trình tạo dựng mối quan hệ giữa họ với cư dân thành phố; vốn khác biệt về văn hóa và lối sống; thông qua những mối quan hệ chớp nhoáng và mới mẻ. *KOLLAPS (SỰ SỤP ĐỔ)*, màn kết của SUPER STRUCTURES; diễn tả cảm xúc mâu thuẫn nhau: yêu- ghét và sự khiêm nhường trước những thách thức của dự án. Nghĩ rằng những người giám tuyển đó, những kẻ ngoao du đến những thành phố ở Thế giới Thứ Ba, với cái kiêu của những kẻ đi dò la, hòng "khám phá" các tài năng ở địa phương, hai nghệ sĩ mang cái đầu lớn quá cỡ để làm dấu cái khoảng cách giữa họ với cái thế giới nghệ thuật vượt ra ngoài mọi lãnh thổ, vốn chẳng còn xa lạ gì. Johansson và Westling; thay vào đó, họ đã tự che mặt lại, rồi diễn cái màn gặp gỡ của họ với khán giả trong bóng tối, với bóng dáng của mình đang cẩn trọng kiểm soát tốc độ trong một tình huống lôi kéo đầy ý nhị ở một nơi rất khác, rất lạ như Sài Gòn.

Chính tự bản thân mối liên hệ của họ với khán giả và với cư dân "bản xứ" được đặc biệt nhấn mạnh gợi lên phê phán nhận thức luận dân tộc học vốn đã diễn ra trong quy định của ngành nhân loại học từ những năm 80, đầu đã có phân nhánh xa xôi so với tầm hiểu biết của chúng ta về bản chất của sự liên hệ và thông tin liên lạc liên thông các ranh giới văn hóa. Nói theo cách đơn giản, những phê phán hàm chứa các khái niệm "bản xứ" hay "khác" có tính sử học, nhân loại học là một hiệu ứng của bài diễn thuyết hình luật, và là sản phẩm của tính chủ quan của nhà dân tộc học (Clifford, Marcus và các tác giả.1986; James, Hockey và các tác giả.1997). Tính phê phán ấy là quan trọng ngay cả trong quang cảnh nghệ thuật đương đại đang ngày càng bị toàn cầu hóa, trong đó các giám tuyển, các nghệ sĩ siêu cơ động hiện được so sánh với các nhà dân tộc học. Tuy vậy, khi chạm đến ngưỡng, chính điều đó đe dọa gây nên sự mất cảm giác dân tộc học (lẫn tính nghệ thuật), và rồi hướng chúng ta chệch khỏi cái nhiệm vụ khó khăn là tiếp cận và thông hiểu người khác.

Gần đây, có tranh cãi rằng sự toàn cầu hóa dẫn đến một con đường quay lại Dân tộc học, bởi vì, trong thời đại của truyền thông và các thị trường toàn cầu, vấn đề của tính phân thân giờ đây không còn chỉ là mối quan ngại của những nhà nhân loại học, mà nó là vấn đề cấp bách của những người cung cấp tin tức nữa (Mazzarella 2004: 346-7). Viễn cảnh tương tự cũng có thể nhìn thấy nơi những nghệ sĩ phương Tây đang muốn tìm kiếm cơ hội tham gia vào và rồi muốn đại diện luôn cho con người và các nền văn hóa ở những xứ phi-Tây phương. Tính toàn cầu và bản chất đa văn hóa của các thành phố toàn cầu đồng nghĩa với việc các cư dân của họ ngày càng tự phóng chiếu cá nhân họ lên sự khác biệt văn hóa, và không tự động hấp thụ một loạt các tập hợp ý nghĩa và các giá trị, vốn dĩ tương đồng và chưa hề được đặt ra, trong mối tương giao với những người 'đồng hương thành thị' của họ.

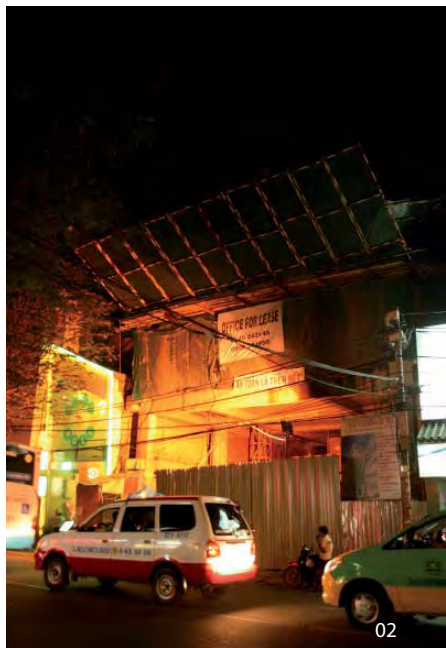
Ở TP. HCM, Chủ nghĩa Thế giới hiển hiện rõ ràng nhất ở các khu vực như Quận Một, nơi sự giao tiếp với khách du lịch và những người nước ngoài sống tại thành phố rất phổ biến. Ngạc nhiên hơn, điều đó cũng xuất hiện ở những nơi bên ngoài thành phố, nơi cư dân với giọng nói và nhân dạng địa phương vùng miền trộn lẫn, với nhiều dân tộc khác nhau, họ gặp nhau đều đặn trong một môi trường mang tính quốc tế theo kiểu bình dân hơn.

Với KOLLAPS, Peter Johansson/Barbro Westling có lẽ đã làm một cuộc khảo sát quen thuộc và thào ra những kết luận quen thuộc, và rồi, bất chấp tâm trạng lo âu bởi chính điều mà họ khờ xướng, những nghệ sĩ kết thúc màn trình diễn mang những hứa hẹn: cột những bàn tay của tất cả khán giả lại với nhau bằng chỉ đỏ. Qua đó, họ muốn chỉ ra rằng bất chấp quá trình e dè dò xét lúc ban đầu, khán giả và các nghệ sĩ sẽ bị bện chặt vào nhau trong đoạn kết, nhằm đạt tới trạng thái gắn liền tâm thức giữa nghệ sĩ và khán giả.

Minna Heikinaho cũng đã bị thúc đẩy bởi mối quan tâm về người "Sài Gòn Khác" trong tác phẩm của cô, mặc dù là rõ ràng là theo cái cách biểu đạt mang tính triết lý. *Câu chuyện Thành phố Hồ Chí Minh* của cô là sự tiếp nối của thực tiễn làm phim được gợi hứng từ Luân lý học Levinas cho *Kẻ Khác*. Cô xem phương thức làm phim như một cách thức tiếp cận cởi mở và không vụ lợi với Người Lạ, cốt lõi của nó không chỉ liên quan đến khía cạnh luân lý của sự giải tỏa cấu trúc mà, mà còn khá phù hợp với lịch sử Xã hội học của thành phố. *Kẻ Lạ* của Simmel trong học thuyết "Người xa lạ", người "đến hôm nay rồi ở lại ngày mai", thể hiện ý niệm về khoảng cách cũng như sự gắn gũi của mỗi con người đối với người lạ, cũng chính là bản chất các mối liên hệ xã hội ở thành thị. Thật thú vị, người lạ Heikinaho tiếp cận với việc làm cho thước phim của cô như là một lời đáp lại những câu hỏi nhỏ nhỏ và riêng tư của cô về kinh nghiệm cuộc sống của mọi người trong cái thành phố mang trong mình những chủ đề được bàn luận rộng rãi hơn nhiều: cuộc trò chuyện về sự văn minh và tính hiện đại. Những cư dân Sài Gòn đều có chút ngỡ ngàng khi phải đối diện một người nước ngoài lăm lăm máy quay phim và muốn được lắng nghe về những kỳ vọng của họ về một Sài Gòn trật tự, hiện đại và "được văn minh hóa". Những người được phỏng vấn đưa ra lời bình luận về sự tồn tại của những người nhập cư từ nông thôn tại Sài Gòn, sự gầy vơ của tình hàng xóm láng giềng và về tình hình an ninh của thành phố. Có người còn nêu lên ví dụ về Phú Mỹ Hưng, một đô thị kiểu mẫu bên kia sông, vốn được xây theo những đường kẻ thẳng băng gồm guốc bởi một công ty Đài Loan và được nhắc đến bởi những người địa phương như là một "Sin-ga-po", một thứ viễn cảnh của tương lai.

Trước khi chúng ta tuyệt vọng trước niềm thích thú chất phác dành cho một phiên bản đầy mệt mỏi của sự hiện đại đó, tôi xin mạn phép chỉ ra rằng: tất cả những người Việt Nam hiện sống tại Phú Mỹ Hưng mà tôi đã bắt chuyện, đều mô tả cuộc sống nơi đó là "buồn không chịu nổi". Hiện đại bằng bất cứ giá nào là một viễn cảnh của nỗi khát khao, bất chấp thực tế ngổn ngang của thành phố Sài Gòn. Rõ ràng tầm nhìn sai lệch về một cảnh quan đô thị ngăn nắp, nhưng trống rỗng và vô hồn đó là sự phản chiếu sự bất bình của người dân trước một quang cảnh phố thị bị thống trị bởi xe tải, mi ni buýt, xe hơi và xe gắn máy, bị ám ảnh bởi những dòng người cuốn cuộn, mệt mỏi; không thể kiểm soát nổi. Điều đó cũng nói lên một sự thật là người dân địa phương không (hoặc chưa) thể nào mơ tưởng ra cái không gian lý tưởng can dự vào cuộc sống công cộng Việt Nam sẽ trông như thế nào.

Để đánh giá đúng tầm quan trọng của chính sách về không gian này, chúng ta hãy xem lại với tinh thần so sánh kinh nghiệm một thủ phủ khác của Thế giới Thứ Ba: thủ đô Bogota của Colombia. Enrique Peñalosa, nguyên thị trưởng của Bogota, đã cảm thấy rằng sự quy hoạch thiếu cân đối các không gian công cộng xảy ra tràn lan trong thành phố của ông là nguyên nhân chính dẫn đến sự mất cân bằng xã hội, do vậy ông đã đổ phần lớn nguồn tài chính của thành phố vào việc phát triển giao thông công cộng, xây dựng



mạng lưới đường dành cho xe đạp đạt tiêu chuẩn quốc tế, và đảm bảo rằng mọi cư dân của thành phố đều có quyền sử dụng những vùng xanh. Và thật sự, chính sách lấy không gian làm trung tâm ấy có vẻ thật sự đem lại kết quả, chúng không đơn thuần chỉ là những hiệu quả tượng trưng; dựa trên cảm nhận và trên thực tế của quyền công dân đô thị, cũng như những yếu tố xã hội khác ở Bogota. Người ta có thể cho rằng phim của Heikkinaho ám chỉ những khát vọng (dù chưa hoàn toàn rõ ràng) ở một bộ phận người Sài Gòn cho một chính sách đô thị như vậy.

Trong lịch sử hiện đại của Việt Nam; Mandy Thomas tranh luận; không gian công cộng và những đám đông bao quanh chúng, đã là những không gian của chủ nghĩa xã hội tinh túy. Bà nhận dạng biển người chào mừng Hồ Chí Minh tuyên bố nền Độc lập của nước Việt Nam tại quảng trường Ba Đình Hà Nội năm 1945 như là nguyên mẫu đám đông Việt Nam (Thomas 2002). Ngược lại, Hậu Xã Hội Chủ Nghĩa, ảnh hưởng bởi thị trường đã dẫn đến không phải sự trở dậy của những không gian và đám đông công cộng kết hợp với một chính sách Hậu Xã Hội Chủ nghĩa hay là một hình thái nào khác, mà là chính là sự tư hữu hóa không gian vốn trước đây là công hữu. Nhiều không gian công cộng ở Sài Gòn đang bị bỏ rơi, ngoại trừ một vài công viên của thành phố được trưng dụng rất tốt, hiện được trao quyền sử dụng rộng rãi cho các hoạt động (mang tính độc quyền) liên quan đến ngành tiêu dùng và giải trí. Đối với người nghèo, quyền sử dụng khu vực trung tâm của thành phố được kiểm soát theo lối ngấm định lần công khai: sự khó khăn và giá cao khi gửi xe, ngay cả với xe máy; cái lối phân biệt đối xử ở các cửa hàng lớn, ngay cả trên các khu phố nơi đặc lợi là dành cho người nước ngoài do các giao kết mang lại nhiều lợi nhuận; những viên cảnh sát trật tự, và ngay cả những tay bảo vệ tư cũng nắm quyền quyết định ai được ra vào nơi này nơi khác và những ai sẽ bị đặt dưới tầm nghi vấn.

Ở Sài Gòn, những cuộc rong chơi, không chỉ thực hiện bằng đôi chân, mà là bằng Hon-đa. Vào những buổi chiều Chủ Nhật, bạn bè rủ nhau đi dạo vòng vòng, hoạt động mà hoàn toàn theo nghĩa đen có nghĩa là lái xe chạy vòng quanh những con đường chính lớn của thành phố. Đây có lẽ là cách thăm thú các địa điểm quan trọng của thành phố. Nhưng bằng cách gì? Đi bộ và đạp xe, hiện nay là điều không mấy khả thi; nhưng chẳng ai đi bộ hay đạp xe ngoài trừ người nghèo và khách du lịch. Giờ đây khu trung tâm còn xuất hiện một đội ngũ cảnh vệ đặc biệt nhằm giúp khách du lịch băng qua đường với đồng phục mang sắc xanh lá chanh! Người nghèo giờ đây lại phải tự xoay sở, người bán hàng rong với quang gánh tre trên vai là một trong số những kẻ bên lề nơi phố thị.



Pasi Karjula và Marko Vuokola, những nghệ sỹ tạo nên OLO, đã chỉ chọn những hình ảnh như thế làm trọng tâm cho dự án SUPER STRUCTURES của họ. Trong OLO Số: 45, người phụ nữ trung niên, một người như bao người khác gánh những thùng trái cây hoặc chè cháo trên vai đi dọc những con phố khuya, tuy nhiên, ở đây chị lại gánh một cặp quả cầu gương sàn nhảy. Khi chị đi vòng quanh những góc khuất nơi đường phố ở Quận Một, khán giả tự nhiên là những người đàn ông ngồi ở các quán cà phê vỉa hè; người ngồi chờ trên xe máy, những chủ nhà đứng ngóng nơi cửa nhà và là trẻ em chơi trên phố. Sự tẻ nhạt của đêm khuya vắng lặng bị khua lên một cách nhộn nhạo bởi sự xuất hiện này; bản chất sản khẩu của cuộc sống đường phố về đêm được nhấn đậm lên trong chốc lát, trước khi người ta quay lại với cuộc nói chuyện của họ, bận tâm hàng ngày của họ, hay những trò trẻ con của họ. Ý nghĩa của OLO có lẽ nằm trong việc chọn ra một lộ trình đi xuyên qua các góc phố rờn rợn đôi khi bị lãng quên này của Quận Một. Đây là một phần của Sài Gòn xưa cũ, nơi vẫn tồn tại cuộc sống trên đường phố, hơn là cái cuộc sống trên những xa lộ khô khan đang dần xâm chiếm của thành phố.

Dự án của Sten Are Sandbeck còn đặt ra một câu hỏi về không gian công cộng, nó thiên về ý nghĩa thuật sự của quan cảnh công cộng, hơn là tính gợi mở và cơ động của nó. Cái nhìn của Sanbeck

bị cuốn hút bởi cái văn hóa con dấu nhan nhản ở chốn công sở giấy tờ ở Việt Nam, loạt ảnh ghi lại từ tư liệu thực tế của anh có hình ảnh một con dấu mang dòng chữ: “Thành phố Sài Gòn – Chợ Lớn”, uy lực của nó đã bị trung hòa do bởi được lưu giữ cẩn thận trong lớp kính của Viện Bảo tàng Lịch sử. Anh cũng bị sao nhãng bởi các miếng dán và những mảng sơn xịt “rút hầm cầu” hiện đang “thêm hoa thêm lá” cho các bức tường và những cây cột điện của Sài Gòn. Dựng nên những hình ảnh biểu trưng nơi công cộng là một động thái mang tính chính trị cao ở Việt Nam, những tấm bích chương mang tinh thần của Anh Hùng Xã Hội Chủ Nghĩa hiện vẫn đang là tiêu chuẩn cho những hình ảnh công cộng phi thương mại. Do vậy, những hoạt động quảng cáo chớp nhoáng, lén lút kiểu như vậy ở Sài Gòn, đang trở thành một đề tài bất tận bày tỏ mối quan ngại về phương diện đạo đức tại TP. HCM. Viết về nghệ thuật trên tường “hợp pháp” còn gây bàn cãi nhiều hơn, như với cuộc trưng bày tư liệu lý thú mang tên *Vẽ Bậy* của Tuan Andrew Nguyen năm 2008, cuộc triển lãm tôi đã may mắn được xem trước đây tại một hội thảo ở Seoul.

Phông theo cái cách mà các dịch vụ vệ sinh; quảng cáo dịch vụ của họ bằng việc dán và sơn xi số điện thoại và địa chỉ liên lạc của họ khắp nơi trong thành phố, Sandbeck tự đặt cho mình một cái dấu đóng những con dấu thể hiện một hình người già lược tin chắc rằng chúng sẽ tự tồn tại theo cách riêng của chúng, anh tặng các con dấu cho những người tham quan buổi giới thiệu SUPER STRUCTURES. Chắc hẳn những hình ảnh tạo ra bởi con dấu đó, sẽ bắt đầu xuất hiện khắp nơi trong thành phố, không chỉ trên những vách tường trơn lì của Viện Bảo tàng Mỹ thuật. Nếu viết về nghệ thuật trên tường là một hiện tượng đô thị phổ biến toàn cầu, có lẽ còn nhiều điều phải làm để người dân nhận thức được rằng chính quang cảnh đô thị đã là một áng văn. Sandbeck đã ném chính cái tôi của mình vào câu chuyện kể về thành phố bằng cách khởi xướng một cuộc đối thoại ngầm ngầm và bí ẩn với người hàng xóm Sài Gòn ngày xưa cũ, diễn ra trên những vách tường thành phố nhiều bụi bặm.

Hai nhà thiết kế Aamu Song và Johan Olin, những người tạo nên COMPANY, chọn một cách thức khác để xâm nhập hệ thống đô thị Sài Gòn. Bắt đầu với các quan sát thông thường mà cả hai người nắm được từ những chiếc gócc làm ở Việt Nam mà họ mua ở Helsinki, hai nghệ sĩ bắt đầu cuộc tìm hiểu về những người đã làm ra chúng. Với cách chơi chữ láu lỉnh theo gợi ý của Sue Hajdu; đồng giám tuyển của SUPER STRUCTURES, những nhà thiết kế đặt cái tên *Đôi Mối* cho dự án *Câu chuyện giày dép* của họ. Bằng một giọng đọc



khác cho từ đầu tiên của tên dự án, nghĩa của cụm từ ám chỉ chính sách đổi mới kinh tế năm 1986 ở Việt Nam, vốn đã mang lại cho quốc gia này tỉ lệ tăng trưởng GDP bình quân bảy phần trăm trong vòng mười năm qua. Đổi Mới cũng đem đến các Khu Chế Xuất (KCX) cùng các nhà máy của Đài Loan và Hàn Quốc vốn thực hiện các hợp đồng gia công cho các nhà sản xuất giày thể thao toàn cầu như Nike và Adidas. Một lực lượng nhân công nữ hùng hậu trong ngành này phải làm việc trong điều kiện lao động vô cùng khắc nghiệt như là làm thêm giờ vô điều kiện, tình trạng an toàn lao động tối tệ cộng với các ngược đãi về tinh thần và bằng lời nói từ các đốc công, cùng lễ hiên nhiên là với tiền lương thấp. Đã có hơn năm trăm cuộc đình công với các lý do nêu trên tại khu vực TP. HCM-Đồng Nai chỉ tính riêng năm 2008. Các chuyên gia kinh tế chính phủ cảnh báo về sự tăng trưởng kinh tế có chất lượng thấp mà Đầu tư Nước ngoài Trực tiếp tại các KCX mang lại, Việt Nam có nguy cơ rơi vào “cái bẫy của nhân công lao động rẻ mạt”. Lao động không lành nghề của quốc gia hiện được đề nghị trả công cao hơn một chút so với mức tiền lương chỉ đủ sống qua ngày, cho tới cái ngày mà các nhà đầu tư dời đồng vốn của họ đi quốc gia khác có giá nhân công rẻ hơn. Biểu trưng của COMPANY cho dự án giày Việt Nam của họ là phiên bản hoạt hình của một tranh cổ động, theo kiểu Anh Hùng Chủ Nghĩa Xã hội, với hình ảnh một gia đình Việt Nam trên chiếc xe máy, hình ảnh gợi lên rằng các nghệ sĩ rất quan tâm tới sự thật mỉa mai về truyền thống Cách mạng đáng tự hào của Việt Nam đang có cơ dẫn đến cái ngõ cùng lạ lùng của hai sự Đổi Mới/Đổi Mới: Cải cách, KCX và nhiều, thật nhiều những đôi giày mới.

Sau khi khám phá những đôi gấu gỗ bán trên các đường phố Sài Gòn, COMPANY có cảm hứng thiết kế một loạt những đôi giày để gỗ của riêng họ, một vài đôi trong số đó nhại theo kiểu dáng những đôi giày láng lẩy do các công ty phụ kiện thể thao toàn cầu sản xuất, nhưng là để gỗ thay vì để chất liệu tổng hợp chống sốc công nghệ cao. Mấy đôi giày lai kiểu, thật sự là vật kích thích tò mò không chỉ do bởi cái để gỗ “nặng trĩu” thay vì giày thể thao nhẹ như lông hồng. Như Naomi Klein đã chỉ ra với chút phép tu từ, các nhãn hiệu thể thao toàn cầu đã mang sự sùng bái hàng hóa lên một cấp độ mới bằng cách lột bỏ hoàn toàn tính vật chất thuần túy trong các sản phẩm của họ. Ngày nay người ta không đơn giản mua một sản phẩm, họ mua cái nhãn hiệu, ý tưởng, mua cái lối sống nó tạo ra. (Khi Nike ngưng các hoạt động sản xuất của họ ở Bắc Mỹ, họ chống chọi với các lời cáo buộc về việc đã mang các việc làm ra khỏi lãnh thổ bằng cách biện hộ rằng, họ đâu có làm cái việc đó, mà là do các công việc làm đã bốc hơi (Klein 1999)). Giày Nike, hiện được cho là thứ hàng có chất lượng tinh túy bị tẩy chay. Họ chẳng ghi được chút điểm nào trên khía cạnh văn hóa sản phẩm và ngoài cái nhãn “Sản xuất tại Việt Nam” không tránh được, họ cũng không giấu nổi cái vết nhơ của quang cảnh lẫn bản của công việc cực nhọc trói buộc họ vào những người sản xuất bằng xương bằng thịt trong những nhà máy ở Biên Hòa.

COMPANY tìm cách ngăn chặn và đảo ngược cái tiến trình sùng bái hóa thái quá hàng hóa. Cùng với việc mang trở lại tính vật chất cho những đôi giày thể thao bằng cách kéo chúng về sự mộc mạc với gỗ, họ kết hợp cái “mùi văn hóa” Việt Nam vào thứ sản phẩm đã được chuẩn hóa toàn cầu, biến chúng trở thành một sản phẩm hòa trộn giữa thứ hàng bị tẩy chay và một sản phẩm “truyền thống”. Những đôi giày được nâng lên tầm toàn cầu với ảnh hưởng của phong vị xứ Xcăng-đi-na-vi, những nghệ sĩ dự định thành lập một dây chuyền sản xuất toàn cầu để tiếp tục sản xuất những mẫu giày của họ tại Sài Gòn và bán chúng ở Helsinki. Mỉa mai thay, loại giày “truyền thống”, “làm bằng tay” này sẽ được gắn vào lại cái hệ thống xuyên quốc gia, trong khi Nike và các hãng sản xuất tương tự đang loại bỏ các dấu ấn riêng của quốc gia và văn hóa của các dân tộc trên các sản phẩm của họ, làm chúng mang một định dạng phổ thông toàn cầu. Hoàn toàn trái ngược với điều đó, Song và Olin đã gắn kết với một hệ thống lao động mang tính nhân bản hơn cái hệ thống của các KCX: cộng sự tại địa phương của họ, Thành Tiến, công ty này trông giống như là một cơ sở gia đình hoặc một xưởng sản xuất nhỏ tại nhà. Họ cẩn thận ghi chép những cái tên, những gương mặt của những người thợ trong cuộc tìm hiểu chất liệu, hy vọng rằng người mua giày phương xa sẽ cảm nhận được sự gắn gũi với sản phẩm, hơn là một mối liên hệ không tên với những người làm nên chúng. Có lẽ nhà sản xuất và người tiêu dùng của những chiếc giày được “đón nhận trở lại” này sẽ tìm thấy chính họ trong điều gì đó của đạo đức kinh doanh mang đậm truyền thống Việt Nam, hơn là cái kiểu quan hệ lạnh lùng, vô danh, bị trói buộc bởi thị trường lọc cọc.

Với SUPER STRUCTURES, một nhóm các nghệ sĩ vùng Bắc Âu chỉ có vài tuần ngắn ngủi để tìm hiểu Việt Nam. Dựa trên cái bối cảnh đô thị “chống mặt” của TP. HCM, những ý tưởng nghệ thuật được, nhen nhóm, hình thành, và phát triển thành những dự án nghệ thuật sau đó được giới thiệu một cách thân mật đến

công chúng. Việc đó nghe như một đòi hỏi cao, tuy vậy, các nghệ sĩ tham gia SUPER STRUCTURES đã vượt qua nhiệm vụ khó khăn tại cái thành phố đôi lúc khó mà khuất phục này, để đưa ra nhiều giải pháp nghệ thuật, nhằm tham gia vào hàng loạt những vấn đề, những không gian và những biểu tượng của chính thành phố này.

Clifford, J., G. E. Marcus, và các tác giả (1986). *Writing culture : the poetics and politics of ethnography* (Văn hóa viết: thi pháp và chính trị dân tộc học). Berkeley, University of California Press.

James, A., J. L. Hockey, và các tác giả (1997). *After writing culture : epistemology and praxis in contemporary anthropology* (Văn hóa sau viết: nhận thức luận và tập quán trong ngành nhân loại học đương đại). New York, Routledge.

Klein, N. (1999). *No logo : taking aim at the brand bullies* (Không biểu trưng: nhắm vào việc phân biệt hàng hiệu). New York, Picador.

Mazzarella, W. (2004). ". "Culture, Globalization, Mediation." *Annual Review of Anthropology* ("Văn hóa, Toàn cầu hóa, Sự dàn xếp." *Niên ký Nhân loại học*) 33: 345-367.

Thomas, M. (2002). "Out of control: emergent cultural landscapes and political change in urban Vietnam." *Urban Studies* ("Ngoài tầm kiểm soát: quang cảnh văn hóa nổi bật và thay đổi chính trị ở thành thị Việt Nam." *Nghiên cứu đô thị*) 39(9): 1611-1624.



image credits: 01. Nishizawa Tomoko
02, 03. Vũ Anh Thư
04. © Sue Hajdu
05. © COMPANY