

egy portré

„A művész a régi igazságokat mindig új megvilágításban látja, mert új igazságok nincsenek.”
(Henri Matisse)

Talán furcsa lehet ez a címválasztás, de semmiképpen sem véletlen. Az „egy portré” címet azért adtam ennek a sorozatnak, mert egyrésztől nem titkolt szándékom a képek elidegenítése magamtól, s mint egy duplacsavarral visszahelyezése a tömegkultúra világába.

Dehogy miről is van itt szó. Először is azért kezdtem ezzel a témával foglalkozni, mert nagyon zavar egy jelenség, amely mindenhol körülvesz bennünket. A reklám és a divat világát tálcán kapjuk bármerre járunk is,

mondhatni ki sem lehet kerülni az óriásplakátokat, telefonfülke reklámokat, üzletek kirakatait és akkor az „elektronikus médiát” még nem is említettem. „A legvonzóbb látvány az, amelyik a nézőnek újdonságot jelent – s egy kis lépéssel tán a közízlés előtt jár –, de mégis a ráismerés örömét adja. Igen, ez az a fíling, amelyikben szeretnénk élni, gondoljuk a magazinokat lapozgatva. Ráismerünk a képekre mint vágyaink, álmaink, szorongásaink, tapasztalataink leképezéseire. Nem a valóságot tükrözik, természetesen, de a valósághoz képest határozzák meg magukat.” –így vélekedik a divatról Szarka Klára a Fotóművészet egyik cikkében. De ha visszakanyarodunk és csak a tárgyi világban maradunk és az „elektronikus médiát” ki is hagyjuk a témából ott vannak az utca reklámjai, a reklámzacskók, melyek csak halmozódnak a háztartásokban, mert bármit vegyünk biztosan kapunk egy a márka logójával és esetleg egy fotóval ellátott reklámszatyrot, hogy az otthonunkba is hazavigyük. Hazavigyük a reklámot és vele az életérzést, hogy mi is olyan szépek és fiatalok vagyunk, mint a márka modelljei. Itt el is jutottunk téma választásom okához, mert nagyon érdekesnek találom ezt a jelenséget, hogy egy portrét, amely egy olyan kép, amely egy személyt önmagáért jelenít meg, mégis képes a tömegkultúra több millió példányszámú részévé válni, nem is akárhogy hanem „lealacsonyodva” egy nejlonzacskó oldalára. Mi is történik ilyenkor valójában? A portré „csak” egy képmássá válik? Elveszti az „auráját”, vagy épp ellenkezőleg markánsabb lesz ettől a gesztustól? Walter Benjamin úgy véli- „Kimondhatjuk, hogy ami a műalkotás technikai reprodukálhatóságának korában szertefoszlik, az a mű aurája. A folyamat szimptomatikus; jelentősége messze túlmutat a művészet területén. Általánosan úgy fogalmazhatunk, hogy a reprodukciós technika kivonja a reprodukáltat a hagyomány birodalmából. Amennyiben a reprodukciót sokszorosítja, egyszeri előfordulását tömegessel helyettesíti. S mivel lehetővé teszi, hogy a reprodukció a befogadó mindenkori szituációjának megfelelően jelenjék meg, a reprodukáltat aktualizálja.”- A másik ami miatt még ezzel a témával szerintem különösen érdekes foglalkozni, az maga a portré ténye, hogy egy ruha márkát ma már nem szükséges ruhával reklámozni, még arra sincs szükség, hogy színes legyen a kép, hogy a színek összhangja, befolyásolja a hangulatunkat, elég hozzá egy fekete-fehér portré, egy fiatal férfi ideál és egy fiatal női ideál, melyekkel bárki azonosulhat, s ha ez még nem lenne elég, a harmadik képen három személy van, két „tinédzser” fiú között látunk egy szintén fiatal lányt, ahol a beállításban nyitva hagyják nekünk a kérdést, hogy kiket is látunk a képen, netán egy fiú-lány barátság vagy testvérek vagy még több? Intim atmoszférát teremt, hogy összeér az arcuk, közel hajolnak egymáshoz és mintha mindannyian ugyanazt lennének, egyenesen belenéznek a szemünkbe, ezzel is még közelebb csalogatva minket az elérni kívánt életérzéshez. A modellek testtartása nem vehető ki túl jól a hármas portrén a két fiú épp mintha csak behajolna egy kép erejéig. A másik képen a lány talán a válla mögött tekint vissza ránk, lehet, hogy még a haja is meglibben a szélben, de mindenképpen valamilyen könnyed, laza mozdulatot végez és ahogy a reklámban mindennek, ennek is megvan a pontos, jól meghatározott célja és szerepe. S végső soron azt sugallják, hogy azok, akik ebben a képi világban érdekeltek, akik ezzel azonosulnak, az élet fősodrásában haladnak.

Jelen esetben az én felvételeimen egy még torzabb világot kapunk, ahogy az eredeti képeken nem egyértelmű a szereplők viszonya, úgy az én fotóimon a torzítások bizonytalaníthatják el még inkább a befogadót, hogy mi is történik valójában. Ezzel az eszközzel próbálom a nézőt kizökkenteni a tömegkultúra

illetve a reklám által generált késztermék befogadásának egyszerűségétől. A tökéletes világban, a tökéletesre retusált szépségek valójában illúziók, melyeket felhasználva és kisajátítva (pontosan úgy ahogy azt a tömegkultúra teszi ezekkel a portrékkal), újra gondolva és új környezetbe helyezve egy újabb értelmezést kaphatnak és itt már nem az eredeti szépségeket láthatjuk, hanem egy eltorzult képet, eltorzult arcokkal ahol még az alakok arckifejezése is megváltozik. A képek méretüket tekintve megközelítik a „reprodukált” tárgy méreteit. Ami mindig eszembe jut ezeket a képeket nézve az a kérdés, hogy melyik áll közelebb a valósághoz? Az „eredeti” amelyiken minden hajszál az előre megkomponált helyén van vagy ahol egyértelműen egy torz képet kapunk!?

Gröb Krisztina
2012, TMDK.MOME

Bibliográfia

1. Walter Benjamin: A műalkotás a technikai reprodukálhatóság korában
http://www.aura.c3.hu/walter_benjamin.html#top
2. http://fotomuveszet.com/index.php?option=com_content&view=article&id=200&Itemid=197
3. http://shop.mucsarnok.hu/index.php?page=shop.product_details&product_id=65&flypage=flypage.tpl&pop=0&vmcchk=1&option=com_virtuemart&Itemid=5
4. Gröb Krisztina szigorlat- Tükör a tükörben (Sherrie Levine munkássága Edward Weston képének tükrében)