

A sztár mint ikon

„nem az látszik, ami van, hanem az van, ami látszik” (Munk Veronika)

A képi tanulás műhelyének legutóbbi előadásában arra kerestük a választ, hogy lehet-e képekkel állításokat tenni. Ha nem kommunikációelméleti oldalról közelítünk, hanem a médiaelméleti diskurzushoz, szűkebben a sztár tanulmányokhoz (star studies) kapcsolódunk, a kérdés máris leegyszerűsödik, hiszen a sztárokról egyértelműen azzal a céllal készülnek képek, hogy állításokat tegyenek vele. De kik?

Az üzenet feladója sok esetben független az üzenet hordozójától, de mint felület, aligha létezik alkalmasabb alany a sztárnál, hogy széles közönséghez juttasson el információt. Kissé pongyolán azt is mondhatnám, a sztár a posztmodern média bio-adathordozója.

A sztár (előadásunk szempontjából) legfontosabb tulajdonsága, hogy elsősorban képként létezik; azaz olyan termék, ami látványként van jelen a fogyasztók életében. Sosem az a fontos, hogy mit mond, hanem hogy mit mutat (lásd sztármagazinok kép-szöveg aránya). A sztár nyilvánosságban betöltött meghatározó szerepe annak köszönhető, hogy képe hosszú évtizedek óta kiemelt jelentőséggel bír képekkel telített társadalmunkban.

Amit a sztárról gondolunk, azt a róla készült képek alapján gondoljuk, és amit a képről (fotó, portréfotó értelemben) gondolunk, azt a sztárokról készült képek alapján gondoljuk. Milyen egy jó kép? Milyen képet csatolnánk szívesen az életrajzunk mellé? Sztárfotót, mondjuk ironikusan, miközben tényleg az alapján határozzuk meg a jó kép sajátosságait, amit a XX. század elején kialakult sztárjelenség kapcsán megtanultunk róla. A sztár és a kép (fotografikus kép, mozgóképek) egymást feltételezik.

De nemcsak a (fény)kép természetéről szerzett ismereteink, hanem a világról szerzett tudásunk forrásául is szolgálhatnak a sztárok képei. A társadalom jelentős része az őt körülvevő pseudo-világban, a sztárok virtuális világában legalább olyan jól tájékozódik, mint a valóságban, viszont erről a hipervalóságról (melyben a valóság és a fikció összemosódik) kizárólag közvetett tapasztalataink vannak, amiket a képek közvetítenek számunkra. A látvány tehát felülírja a valóságot: elsődleges értéké és fő információforrássá válik. De hogyan és mit tanulunk a sztártól mint képtől?

Előadásomban ezeket a gondolatokat szeretném körüljárni néhány emblematikus sztárfotó és reklámfilm segítségével.