

## **Φάτε μάτια: η φωτογραφία στην υπηρεσία της πορνογραφίας, ξανά.**

Ζήτησα εσκεμμένα από τον Κ. Σταθάτο, τον οποίο και ευχαριστώ για τη φιλοξενία του στις ΦΣΚ, να θέσει την ομιλία μου πριν το τέλος της πρωινής συνεδρίας, ώρα που το σώμα διεκδικεί την προσοχή λόγω μιας ζωτικής ανάγκης ή της πανίσχυρης συνήθειας.

Αφορμή της ομιλίας μου ο παροξυσμός των ΜΜΕ την τελευταία δεκαετία με την τροφή, μια βαριά βιομηχανία παγκόσμιας εμβέλειας μέσω της οποίας συντελείται ο πιο αποτελεσματικός έλεγχος του ανθρώπινου δυναμικού. Απωθώντας το γεγονός ότι σήμερα, δυο ώρες νότια από το Μαϊάμι υπάρχουν πληθυσμοί που ξεγελούν την πείνα τους με αλατισμένους βόλους λάσπης, τα ΜΜΕ κατακλείζονται από επιλεκτικές απεικονίσεις της τροφής, στραμμένες σχεδόν πάντα στη γαστρονομία και σπάνια στη θρέψη.

Η τάση της υπερβολικής δοξολογίας της τροφής γέννησε όρους όπως πορνογραφία της τροφής ή γαστροπορνογραφία, τάση για την οποία μερίδιο ευθύνης κουβαλάει και η φωτογραφία. Η γαστροπορνογραφία όπως και η πορνογραφία απευθύνεται στις πιο ζωτικές ανθρώπινες ανάγκες, εξιδανικεύοντας και υποβαθμίζοντας τις την ίδια στιγμή. Μπορεί η πορνογραφία να απογειώθηκε με τον κινηματογράφο αλλά η πρώτη έκρηξη ήρθε με την τυπογραφημένη φωτογραφία, η τρίτη με την τηλεόραση και η τελευταία με το διαδίκτυο.

Εστιάζοντας στο μέσο με την μεγαλύτερη διείσδυση, ο Frederic Kaufman<sup>1</sup>, καθηγητής δημοσιογραφίας στο πανεπιστήμιο City της Νέας Υόρκης, με τη βοήθεια της φωτογράφου πορνοταινιών Barbara Nitke αντιπαρέβαλαν ταινίες πορνό με εκπομπές μαγειρικής στα αμερικανικά τηλεοπτικά δίκτυα. Αυτό που διαπίστωσαν είναι αυστηρή προσήλωση των εκπομπών μαγειρικής στις στρατηγικές της πορνογραφίας: εναλλαγή και επανάληψη δύο πλάνων, δύο κάμερες σε αντίθεση με το σύνθημας τετρακάμερο τηλεοπτικό φορμά, εσκεμμένα υποτυπώδης πλοκή, υπερτονισμένος μικροφωνικός ήχος και οι «πολλά υποσχόμενοι» παρουσιαστές/στρίες προσελκύουν κυρίως ανδρικό κοινό 18-35 χρονών. Τα παραπάνω απαντούν μερικώς, στο παράδοξα χαμηλό ποσοστό του κοινού που επιδίδεται στη μαγειρική, παρόλες τις μηντιακές παροτρύνσεις, καθώς απαιτούνται αρετές ακόμα και για την καθημερινή μαγειρική. Αυτό που συμβαίνει είναι, ότι ο θεατής φαντασιώνει να τρώει με τα μάτια το προτεινόμενο φαγητό, ακριβώς όπως και στην πορνογραφία.

Συγγενείς διερευνήσεις<sup>2</sup> υπάρχουν και για τη φωτογραφία φαγητού που είναι υποκατηγορία της φωτογραφίας Νεκρής Φύσης, περιοχή που αξίζει να σταθώ λίγο. Ο David Bate<sup>3</sup> υποστηρίζει ότι η Νεκρή Φύση ως εικονογραφικό γένος βιώνει το παράδοξο: απαξιώνεται απ' τη φωτογραφία και την ιστορία της τέχνης ενώ ταυτόχρονα εικόνες Νεκρής Φύσης απολαμβάνουν υψηλής εκτίμησης και σεβασμού. Ενδεικτικά, ως παράδειγμα απαξίωσης, αναφέρει το βιβλίο *Looking at the Overlooked*, του ιστορικού τέχνης Norman Bryson και ως παράδειγμα εκτίμησης των εικόνων Νεκρής Φύσης, γνωστούς πίνακες του Van Gogh και του Cézanne.

Οι εικόνες Νεκρής Φύσης αναδεικνύονται επίσης ως γόνιμη φόρμα για οπτικές

<sup>1</sup> Frederic Kaufman: *Debbie does salad: The Food Network at the frontiers of pornography*, Harpers Magazine, Οκτώβριος 2005

<sup>2</sup> [www.skinnygourmet.com](http://www.skinnygourmet.com), What is food porn,

<sup>3</sup> David Bate, *The Rhetoric of still life*, Photography The Key Concepts, σελ.111, εκδ. Berg, 2009

επινοήσεις στην ιστορία των κινημάτων της πρωτοπορίας. Ο κυβισμός χρησιμοποίησε επανειλημμένα εικόνες Νεκρής Φύσης σπάζοντας κάθε ψευδαίσθηση εικονογραφικού «ρεαλισμού».

Η στωική αλλά επίμονη παρουσία της εικόνας Νεκρής Φύσης παρόλο που χρεώνεται ως τετριμμένη, όχι μόνο επιβιώνει, αλλά εφευρίσκει. Από τα ινδιάνικα σκεύη του σερίφη Curtis και το πιρούνι του Kertész, στα γυαλικά του Patzsch και τις κατεφυγμένες τροφές του Penn, οι εικόνες Νεκρής Φύσης δίνουν την ευκαιρία απεικόνισης αντικειμένων στο χώρο, αλλά προσφέρουν επίσης και χώρο για την κριτική των αντικειμένων.

Επιστρέφω στη φωτογραφία φαγητού η οποία, ως παραγωγή, χωρίζεται σε δύο κατηγορίες: τη still life φωτογραφία φαγητού και τη δημόδη φωτογραφία φαγητού. Δεν θα επεκταθώ στην πρώτη καθώς υπάρχει πληθώρα αναλυτικών προσεγγίσεων στο τεχνικό, αισθητικό, και σημειωτικό επίπεδο. Η still life φωτογραφία φαγητού παράγεται κυρίως από επαγγελματίες φωτογράφους και τροφοδοτεί τον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο, είναι αμφίβολο αν υπάρχει εφημερίδα χωρίς ένθετο σχετικό με την τροφή. Κύριος στόχος, η οπτική παρότρυνση στην αύξηση πωλήσεων σε όλο το εμπορικό σύμπαν της τροφής.

Η δεύτερη κατηγορία, αυτό που ανέφερα ως *δημόδη φωτογραφία φαγητού*, ακολουθεί θεματικά μόνο την κατηγορία still life, καθώς αισθητικά και τεχνικά δανείζεται τα χαρακτηριστικά της δημόδους φωτογραφίας: παράγεται από οποιονδήποτε χωρίς υψηλές αισθητικές αξιώσεις ή καλλιτεχνική πρόθεση. Η δημόδης φωτογραφία φαγητού απαντάται σε ιστοσελίδες και δικτυακά ημερολόγια σχετικά με την τροφή που σπάνια ενημερώνουν και συνηθέστερα λειτουργούν ως πεδίο εκτόνωσης πασχόντων από σύνδρομο αναγνώρισης, διαφημίζοντας εμμέσως υπηρεσίες και προϊόντα.

Η μελέτη της δημόδους φωτογραφίας μας δείχνει ότι η ύπαρξή της οφείλεται πρωταρχικά στη χρήση της ως αναμνηστική φωτογραφία, σε δεύτερη φάση λειτουργεί ως κοινωνιολογικό εργαλείο και σε κάποιες εξαιρέσεις ως έργο τέχνης. Άραγε η δημόδης φωτογραφία φαγητού καλύπτει τις παραπάνω λειτουργίες;

Πρόσφατο άρθρο των New York Times<sup>4</sup> δείχνει τον 28χρονο Javier Garcia, νευροεπιστήμονα στο πανεπιστήμιο Irvine της Καλιφόρνια, να φωτογραφίζει το γεύμα του όπως συνηθίζει τα τελευταία 5 χρόνια. Κατόπιν ανεβάζει τις φωτογραφίες στην ιστοσελίδα<sup>5</sup> του αποκαλύπτοντας μια πτυχή της ιδιωτικής του ζωής που παραδόξως προσελκύει θεατές.

Η παραπάνω ιδιάζουσα περίπτωση φωτογραφικού ημερολογίου δεν θα ήταν άξια προσοχής αν το φαινόμενο δεν είχε αυξητική τάση. Ο αριθμός φωτογραφιών με την ετικέτα «τροφή» στην ιστοσελίδα Flickr δεκαπλασιάστηκε τα τελευταία δύο χρόνια αναφέρει η Tara Kirchner, διευθύντρια μάρκετινγκ της εταιρίας. Μια από τις πιο ενεργές ομάδες του Flickr αποκαλείται "I Ate This," με 400.000 φωτογραφίες και 23.000 μέλη, που θα ήταν περισσότερα αν το κάθε μέλος δεν περιοριζόταν στις 50 φωτογραφίες το μήνα. Παρόμοια φαινόμενα εντοπίζονται σε ιστοσελίδες όπως Twitter, Facebook, Myspace, Foodspotting και Foodcandy.

---

<sup>4</sup> Kate Murphy, *First Camera, Then Fork*, New York Times, April 7, 2010

<sup>5</sup> [www.ejavi.com/javiDiet](http://www.ejavi.com/javiDiet)

Το ίδιο άρθρο αναφέρει ότι άνθρωποι γνωρίζονται ή και προξενούνται μέσω φωτογραφιών φαγητού αναρτημένων στα blog τους, χωρίς να έχουν καμιά πληροφορία για τον άλλο. Συντηρητικοί, σε διατροφικό επίπεδο, άνθρωποι ανοίγουν τους γευστικούς τους ορίζοντες όχι στο κυνήγι νέων γαστρονομικών απολαύσεων αλλά στον εμπλουτισμό της φωτογραφικής τους συλλογής.

Ο εντοπισμός και η εκμετάλλευση αυτού του παθολογικού φαινομένου όχι μόνο δεν διέφυγε της προσοχής αλλά υποδαυλίζεται από την φωτογραφική βιομηχανία. Τα τελευταία δύο χρόνια κατασκευαστές όπως η Nikon, Olympus, Sony και Fuji έριξαν στην αγορά φωτογραφικές μηχανές με ρυθμίσεις όπως “food” και “cuisine” επιτρέποντας αυξημένη οξύτητα στις close up λήψεις και βελτιωμένο χρωματικό κορεσμό ώστε να τονίζετε το χρώμα και η υφή της τροφής.

Η δημιουργία φωτογραφικών ημερολογίων φαγητού στο διαδίκτυο δεν παραξενεύει τους ψυχοθεραπευτές. Η ψυχανάλυση ερμηνεύει το φαινόμενο: στο υποσυνείδητο, το φαγητό ισοδυναμεί με την αγάπη, καθώς η τροφή είναι η βαθύτερη και η πρωταρχική σύνδεση με την τροφή. Έχει ενδιαφέρον να θυμηθούμε ότι όταν οι καλλιτέχνες της Pop-Art είχαν κάνει θέμα τους την τροφή (Claes Oldenburg) οι ειδικοί είπαν ότι αυτό έχει να κάνει με την ιδιαίτερη σχέση των αμερικανών με το φαγητό μεταπολεμικά. Την ιδεοληψία αυτή οι ψυχολόγοι την αναγάγουν στο γεγονός ότι ο μητρικός θηλασμός είναι περισσότερο διαδεδομένος στις ΗΠΑ σε σχέση με την Ευρώπη, ενώ οι κοινωνιολόγοι μιλούσαν για τη σχέση φαγητού - ελεύθερου χρόνου που ήταν περισσότερος στις Ηνωμένες Πολιτείες σε σχέση με την Ευρώπη.<sup>6</sup> Υπό αυτή την οπτική, ερμηνεύεται η παθολογική συμπεριφορά ορισμένων ανθρώπων στη φωτογράφιση, συλλογή και επίδειξη του φαγητού τους. Η περίπτωση των θεατών όμως;

Οι still life φωτογραφίες φαγητού οφείλουν να είναι δελεαστικές, αισθητικά και θεματικά καθώς το ζύπνημα της αγοραστικής επιθυμίας επιζητά την εικόνα.

Στις μέτριες, σε αισθητικό και θεματικό επίπεδο, δημόσιες φωτογραφίες φαγητού δεν τίθεται θέμα οπτικού δέλεαρ. Έχουμε λοιπόν μια ιδιάζουσα αναμνηστική χρήση της φωτογραφίας ή απλώς μια παθογένεια;

Ο Tucker Shaw, κριτικός φαγητού στην Denver Post εξέδωσε βιβλίο το 2004 με τίτλο “Everything I Ate: A Year in the Life of My Mouth.” Η χρονιά που πέρασε φωτογραφίζοντας το φαγητό του κατέληξε σε έναν αιχμηρό αλλά ειλικρινή απολογισμό της ζωής του αποκαλύπτοντας πολύ περισσότερα πέρα από το γεγονός ότι τρεφόταν με ελάχιστα λαχανικά. «Διαπιστώνω τώρα ότι οι φωτογραφίες μου είναι πολύ προσωπικές, και κοιτώντας τες μπορεί ίσως κάποιος να συνάγει τι άνθρωπος είμαι.» Επιπλέον οι φωτογραφίες πυροδοτούν αναμνήσεις και αισθήματα με τρόπους που το γραπτό κείμενο αδυνατεί. «Θυμάμαι κάθε μέρα, με ποιον ήμουν στο γεύμα, και πώς αισθανόμουν.»

Αντιθέτως με μια οποιαδήποτε αναμνηστική φωτογραφία, η φωτογραφία φαγητού ανακαλεί κάτι το οποίο έχουμε μυρίσει, αγγίξει, γευτεί και τελικά χωνέψει. Φωτογραφίζοντας την τροφή είναι ένας άλλος τρόπος να τεκμηριώσεις τη ζωή. Ως τεκμήριο μπορεί να είναι ασυνόδευτο, στην περίπτωση που συνοδεύεται όμως από κάποια σημείωση τότε αυτή είτε περιγράφει την εικονιζόμενη τροφή, είτε προσπαθεί

---

<sup>6</sup> Amaya, Mario. *Pop Art...and After*. New York: Viking Press, 1966, σελ.63

να μεταφέρει τις γευστικές εντυπώσεις από την βρώση αυτής. Στην δεύτερη περίπτωση ανοίγει η πόρτα στην πορνογραφική οπτική ανάλογα με τις συγγραφικές ικανότητες και την προδιάθεση του γράφοντος.

Η δημόδης φωτογραφία φαγητού αποτελεί αναμφίβολα κοινωνιολογικό εργαλείο, όπως άλλωστε και όλη η περιοχή της δημόδους φωτογραφίας. Ως νεότερο κομμάτι αυτής κατατρέχεται από την μη υλικότητα καθώς παράγεται και καταναλώνεται κυρίως ψηφιακά. Η αναλογική δημόδης φωτογραφία ευνοείται από την πατίνα του χρόνου, η οποία ίσως βοηθήσει στη μεταπήδηση της από τεκμηριωτικό σε καλλιτεχνικό έργο. Η ψηφιακή δημόδης φωτογραφία φαγητού είναι καταδικασμένη ή να εξαφανιστεί λόγω της εφήμερης, προς το παρόν, φύσης της ή να παραμείνει άχαρα αγέραστη αν εξασφαλιστεί διάρκεια στην ψηφιακή εικόνα.

Στην περίπτωση επιβίωσής της, οι διατροφολόγοι μελετώντας στο μέλλον τα ανεπίσημα ψηφιακά μωσαϊκά φαγητού της εποχής μας θα συμπληρώνουν το πορτραίτο μιας κοινωνίας που ανέθρεψε όχι μόνο υπερτροφικούς καταναλωτές αλλά και βουλιμικούς θεατές.

Καλή όρεξη

Μανώλης Σκούφιας