



Zonder titel (Hot Springs), 2005

alle foto's courtesy Ryan McGinley and team (gallery, inc.), New York

Maar er is ook kritiek. Ken Johnson, de kunstcriticus van *The New York Times* schreef vorig jaar een vernietigende recensie naar aanleiding van de expositie *Yearbook* van McGinley in de New Yorkse Team Gallery. Er hingen zo'n zevenhonderd foto's van - ook hier weer - mooie, jonge, naakte mensen. Veel van hen met tatoeages en piercings. Extravert, uitbundig, provocerend.

Het lichaam als handelswaar

Ogenschijnlijk tegendraads, terwijl het toch duidelijk was dat de fotograaf zich hier keurig voegde in „een kapitalistische economie waarin het juiste lichaam wordt gebruikt als handelswaar”. De muren en zelfs het plafond hingen er vol mee, waardoor de foto's als een soort behang de galerie bedekten. Iedereen op de foto's was even gezond, aantrekkelijk en fit, brieste Johnson. „Niemand is dik, oud, gehandicapt of op een andere wijze imperfect. [...] Je hebt meer het idee dat je hier in een hippe kledingboetiek bent dan in een kunstgalerie.” En dan had iedereen op die foto's ook nog eens zichtbaar lol. „Zeer deprimerend”, concludeerde de 62-jarige criticus.

Het klinkt een tikkeltje zuur. Als het gaat om het commercieel inzetten van jeugd en schoonheid zou Johnson zo'n beetje de halve fotografiegemeenschap mogen afserveren. Denk aan klassieke estheten als Man Ray, Horst P. Horst, Irving Penn. En aan fotografen die naam maken in de wereld van kunst- of documentaire fotografie en hun stijl vervolgens ten gelde maken in die 'kapitalistische economie': Nan Goldin en Pieter Hugo voor Bottega Veneta, Magnum-fotograaf Alec Soth voor Jack Spade, Cindy Sherman voor Balenciaga, Marc Jacobs en cosmeticamerk M.A.C., of Anton Corbijn, die voor de recente Dior-campagne actrice Natalie Portman fotografeerde.

Toch is Johnson de eerste niet die zich ergert aan de verwernde, westerse jongeren die McGinley fotografeert. Die in zo'n luxe wereld leven dat ze het zich kunnen permitteren de volwassenheid nog even uit te stellen. Een wereld die

bovendien ook nog fake is. Want waren de mensen op zijn foto's in het begin van zijn carrière nog écht zijn vrienden - toen McGinley na de eerste roadtrip naar Vermont merkte dat er zonder de stadse dynamiek toch wel erg weinig gebeurde op dat platteland, besloot hij de spontaniteit een handje te helpen. De jongens en meisjes die we zien in zijn foto's zijn gecast, sommigen zijn professioneel model. Dat houdt in dat ze elkaar niet kennen, niet met McGinley noch met elkaar bevriend zijn, en dat ze betaald worden voor die paar weken on the road. Of korter, want soms werd om de week een verse ploeg ingevlogen. Het vastleggen van een ongekunsteld, écht moment duurt soms uren. In een verslag van zo'n reis in 2007 in *New York Magazine* wordt beschreven wat er zo allemaal meegaat: vier assistenten, een trampoline, een rookmachine, vuurwerk en een boombox. McGinley droeg op de set - want zo praat hij er zelf in diverse interviews over: als een filmset, met een script dat gevolgd wordt en acteurs die daarin hun rollen spelen - een T-shirt met de tekst: *Don't talk to me unless you're naked*. Tot zover het paradijs.

Heilige graal

Nou is McGinley de eerste die toe zal geven dat hij een schijnwereld creëert. In 2007 zei hij tegen *The New York Times*: „Het is een wereld die niet bestaat, een fantasie. Een leven zoals ik het graag zou willen leven.” Met zijn foto's uit *Celebrating Life* suggereert hij echter authenticiteit. Een romantisch idee van een natuur die fundamenteel goed is, met jonge mensen die staan voor oorspronkelijkheid en puurheid. Hij komt daarmee - net zoals veel beeld- en reclamemakers - tegemoet aan ons verlangen naar authenticiteit, de heilige graal van de zoekende moderne mens.

Hoewel zijn paradijs een geconstrueerde werkelijkheid is, appelleert McGinley aan een diep menselijk verlangen. Een verlangen naar jong zijn, vrij zijn, geen zorgen hebben en doen wat je hart je ingeeft. Naar *Sturm und Drang* en de melancholie van de jaren die naar volwassenheid leiden. Het is dat gevoel dat de foto's van McGinley zo aantrekkelijk maakt. Niet alleen voor een jong publiek, maar ook voor wie die de twintig allang gepasseerd is.

CV Ryan McGinley

1977 geboren in Ramsey, New Jersey
1995 Parsons School of Design, New York

1999 begint te fotograferen
2000 breekt door met *The Kids Are Alright*, een rauwe serie over zijn vrienden

2003 is op zijn 25ste de jongste kunstenaars ooit die een solo-expositie heeft in het Whitney Museum in New York

2007 ontvangt de ICP Infinity Young Photographer Award van het International Centre of Photography
2008 maakt zijn serie *Celebrating Life*, daarvoor trok hij een aantal zomers met busjes volgeladen met jonge mensen door Vermont

2009 fotografeert campagne voor Wrangler. Hij deed later ook de campagnes voor Levi's, Pringle en Marc Jacobs.

McGinley woont en werkt in New York. Zijn werk wordt internationaal tentoongesteld. Ook is het te zien in bladen als *Vice Magazine*, *Index*, *W*, *Butt*, *ID*, *Dazed and Confused*, *The Fader* en *New York Times Magazine*.