

JOHAN CLARYSSE B, in: "Onder kunstenaars en organisaties"

PETER POLLERS (CIAP), 2006

(publicatie Platform Beeldende Kunsten Limburg)

We staan er nog nauwelijks bij stil. Dagelijks worden we blootgesteld aan honderden, zo niet duizenden media- en reclameboodschappen. Vaak zijn het uitgekende combinaties van woord en beeld die appelleren aan onze al dan niet bewuste gevoelens en verlangens. Hapklare brokken, bedoeld voor snelle en kritiekloze consumptie.

In zijn schilderijen maakt Johan Clarysse (1957) gebruik van beeldprocédés uit de reclame, maar dan wel met radicaal andere bedoelingen. Clarysse vertrekt niet vanuit de directe waarneming, maar hergebruikt beelden die hem op een of andere manier bijzonder treffen. Al dan niet zelf gemaakt fotomateriaal bijvoorbeeld, maar in zijn recente werk vooral stills uit de films van cineasten zoals Bergman, Hitchcock en Fassbinder. De afbeeldingen die hij uitkiest tonen vaak mensen die zich in een grenssituatie bevinden en dragen een emotionele intensiteit in zich. De beelden lijken herkenbaar en verleidelijk. Terzelfdertijd hebben ze iets verwarrends door de schilderijmanipulatie van het oorspronkelijke beeld: de eerder afstandelijke verftoets, het bijna monochrome palet en de toevoeging van abstracte kleurvlakken en/of pictogramatische tekens,...

Bovendien wordt het beeldvlak vaak doorkruist door een tekst. Beroemde citaten, *oneliners* of flarden uit een gesprek die schijnbaar niet passen bij de beelden waarop ze zijn aangebracht.

Dit alles staat een oppervlakkige lezing van het schilderij in de weg en nodigt uit tot reflectie over het statuut van het beeld. Niet voor niets noemde Clarysse een van zijn reeksen *Ceci n'est pas de la tristesse*: uiteraard een verwijzing naar het bekende schilderij-met-pijp van René Magritte én een oproep om een onderscheid te maken tussen werkelijk beleefde gevoelens en de representatie van die gevoelens in de media.

Johan Clarysse gaat onze dolgedraaide consumptiecultuur te lijf met haar eigen wapens, overigens zonder zich daarbij al te veel illusies te maken over de impact van kunstwerken. 'Kunst kan niet de wereld redden, maar misschien wel een bepaalde beleving van die wereld, een beleving waarbij ruimte is voor het sublieme, het radicaal andere, het niet rationele,... zaken die in onze cultuur vaak verdrongen worden. Als men daarin slaagt als kunstenaar, dan is dat heel wat, al speelt het geen directe rol in het machtsdiscours'\*

\*Filip Geerardyn en Johan Clarysse, 'Over Leonardo, stenen tafelen, vredesduiven en toeval: een tweegesprek rond 'kunst en psychoanalyse'', *Psychoanalytische Perspectieven*, 2004,22/2, p245.