

ductie te verkiezen boven de concurrentie. De Byron-fotografen maakten al vlug naam met hun schitterend uitgelichte beelden van de theaterscène en alles wat ze bevolkte. Toch zijn het niet deze beelden waarmee de Byron Company zichzelf in de annalen van de fotografiegeschiedenis zou schrijven.

Dankzij hun opdrachten voor het theater kwamen de studiofotografen in contact met de rijke burgerij van New York. Stelden landeigenaars in vroegere tijden nog een schilder aan om hun domein te vereeuwigen, deze moderne burgers zochten hun toevlucht tot een moderner medium. Het enorme succes van de Byron studio in deze fotografische niche had ongetwijfeld te maken met hun vermogen zeer precies aan te voelen wat hun opdrachtgevers van hen verwachtten. De patriciërs van New York wilden niet zomaar een droge, documentaire beschrijving van hun rijkelijk versierd interieur, ze wensten een fonkelend beeld dat de luxueuze weelde ervan wist te vatten. Geld –hoe het te verdienen, maar belangrijker nog, hoe het zo luisterrijk mogelijk uit te geven– was een centrale bekommernis van deze vrijetijdsklasse. Hun met exotische schatten overlade interieurs werden geacht die sublieme spendeerdrijf te weerspiegelen. De foto's van de Byron Company beklemtoonden dan ook vooral de pecuniaire investering in het interieur: door hun feilloze beheersing van het licht slaagden ze erin elk object afzonderlijk te laten oplichten. Elk object kreeg zo als het ware een prijskaartje opgeprikt. Het nadeel was natuurlijk dat zo'n opsomming van rijkelijke details vaak uitmondde in een desintegratie van de ruimte: eerder dan een overzichtelijk, helder gearticuleerd interieur krijgen we in de beelden van de Byron Company een hysterisch overlade vitrine te zien.

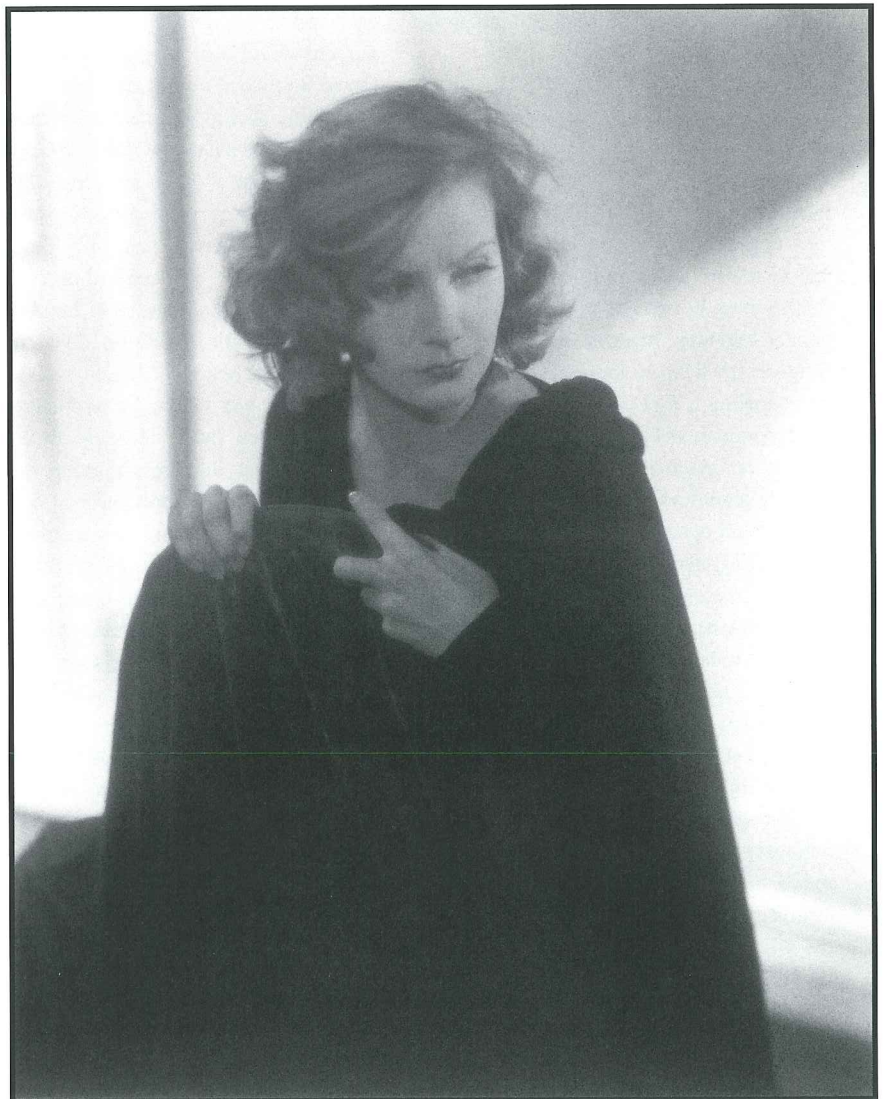
Deze foto toont de met allerlei exotische prullaria opgetuigde inkomhal van Ed Lauterbach, één van die rijke New Yorkse burgers. Ook in deze foto wordt de ruimte ondergedompeld in een egaal lichtbad dat elk voorwerp isoleert en duidelijk zichtbaar maakt. Maar tegelijkertijd is hier meer aan de hand. De hal is hier duidelijk meer dan een neutrale doorgangruimte waar de bezoekers ontvangen worden en naargelang hun maatschappelijke of affectieve band met

leden van het huisgezin naar de juiste persoon en de juiste kamer worden verscheept. Dit is een theatrale ruimte, een ruimte waar de fantasie vrij spel krijgt. De waanzinnige opeenstapeling van exotische objecten uit het Midden-Oosten heeft als doel de bezoeker te ontwortelen (Waar in verander je als je deze ruimte betreedt, welke rol wordt hier geacht te spelen?). De hal ontpopt zich tot een decor met een uiterst brutaal schokeffect. Wat de beeldstrategie van de Byron Company reproduceert, is niet zozeer de economische waarde van het interieur, maar de verwildering die de toeschouwer overvalt wanneer hij voor het eerst geconfronteerd wordt met deze woekering van incongruente details (stoffen, draperingen, tafels en wapentuig). De in oosterse sferen

gehulde hal herhaalt de dubbelzinnigheid van het theaterdecor: 'binnen' en 'buiten' vloeien er letterlijk in elkaar over – meer zelfs, precies op het moment dat men binnentreedt, komt men terecht in een radicaal 'buiten'. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de fotografen van de Byron Company, met hun vertrouwdheid met het theaterdecor, precies de desoriënterende impact van deze plaats beklemtonen en niet de ervaring van een naadloze overgang die het in feite wil aanbieden.

3. Het personage

De glamourfotografie is één van de fotografische praktijken die direct kunnen verbonden worden met de wereld van het the-



Greta Garbo, foto Edward Steichen, Hollywood, 1928