

85 N A Vague

#real #me #ad

At the time I studied marketing communications, online marketing meant little more than having a website. Since then the roaring success of social media platforms and the rise of influencer marketing not only had a great impact on the advertising industry, but also on how many of us take and consume photographs overall.

“#real #me #ad” examines the sliding line between vernacular and advertising photography and the way we view pictures today.

Utilising common motifs of contemporary culture (fashion, food and parts of my body in a domestic environment), I staged performances that play both with sense and nonsense to question the limit of plausibility in visual storytelling, as well as the use of the body as an object. The resulting images are created by a blend of calculation and chance. They are not digitally manipulated.

À l'époque où j'étudiais la communication visuelle, le marketing en ligne ne signifiait guère plus que la création d'un site Web. Depuis lors, le succès retentissant des plateformes de médias sociaux et la montée en puissance des influenceurs dans le marketing ont non seulement un impact important sur le secteur de la publicité, mais également sur le nombre de personnes qui prennent et qui utilisent des photographies.

« #real #me #ad » examine la ligne de démarcation entre la photographie vernaculaire et publicitaire, et la façon dont nous consommons les images de nos jours.

Utilisant des motifs communs de la culture contemporaine (mode, nourriture et parties de mon corps évoluant dans un environnement domestique), j'ai mis en scène des performances qui jouent à la fois du sens et du non-sens afin d'interroger la limite de la plausibilité dans la narration visuelle, ainsi que l'utilisation du corps comme objet. Les images résultantes ont été créées grâce à un mélange de calcul et de hasard. Elles ne sont pas manipulées numériquement.

















