



STEFAN JÄGGI ■■■ **Park** ■■■ Stefan Jäggi zeichnet in seinen Fotoreportagen, sei es in seinen Landschaften oder in seinen Porträts, mit einem geschärften Blick für Humor und Zynismus, ein subtiles Porträt der aktuellen «swissness». ■■■ Für seine Reihe «Park» (2006–2007) suchte Jäggi verschiedene Schweizer Freizeit- und Vergnügungsparks auf, künstliche Welten wie: Parc Aventures, Magicpark, Connyland oder Schongiland... Wenn in unserem Unterbewusstsein diese Orte mit Spass, Entspannung und einem gewissen Zauber assoziiert werden, so spiegeln sie im Werk Jäggis Fremdheit, Traurigkeit und Eingeschlossenheit wieder. Verlassen, sind sie eine Umkehrung der Magie, wie sie legendäre Vergnügungsparks, wie z.B. das Disneyland versprühen. Es sind Orte, die die Grenzen zwischen echtem Leben und der wunderbaren Welt des Zeichentricks zu verwischen vermögen, sich zwischen der Realität und der Illusion bewegen. Es gibt keine Bezugnahmen bei Jäggi, nur anachronistische Bauten und aus der Mode gekommene Vergnügen, die in ein stilles und schmuckloses Dekor gestellt wurden. Keine Seehund- und Delfinspektakel, keine sensationsheischende Manege, keine schwindelerregenden Bahnen oder Karusselle, keine in Schwingung oder freien Fall versetzende Maschinen, die konstruiert wurden um unsere Eingeweide in Panik zu versetzen. Keine kreischenden Horden, nur verlassene Orte, winzige, hermetische Parks als Ebenbild des Landes geschaffen, das sie beherbergt. Hier vermag sogar das Dekor zu entsetzen. Nur der Name dieser Stätten versprüht ein Hauch Magie. Der amerikanische Traum bröckelt, was die Sache weder besser noch schlechter macht. Denn, in Sonnenlicht getaucht und überbelichtet, erstarrt das Sujet in Melancholie. Aus seinem Kontext gerissen wird es zur Ikone, zum Symbol, zum wahrhaften kulturellen schweizerischen Artefakt. ■■■ Jäggi arbeitet regelmässig mit der schweizerischen Bildagentur Keystone zusammen. Nun aber, weit von ungewöhnlichen Ereignissen entfernt, die es den Pressefotografen erlaubt, ein spektakuläres Bild zu machen, sucht die vorliegende, quasidokumentarische fotografische Arbeit, die Reproduktion des Gewöhnlichen. Sowohl von der technischen Seite wie auch vom Sujet ist man weit von den Hochglanzmedien entfernt, die das perfekte scharfe Bild retouchieren, bis es werbe- oder ansichtskartentauglich ist. Im Gegenteil, diese Bilder befreien uns von den gängigen urbanen Folkloren und verstören durch ihre Banalität. Ob Auto oder Verkehrsschild, Firmenlogo, Mülleimer oder Bauarbeiterbarrake, alles was wir nie in einer Werbung zu sehen bekommen, wurde hier absichtlich hervorgehoben. ■■■ Folglich scheint es nicht so sehr das Sujet zu sein, das Jäggi in seiner notwendigerweise kritischen, poetischen und humoristischen Interpretation interessiert. Diese Orte erhielten durch sein Objektiv hindurch eine neue Bedeutung, nicht mehr und nicht weniger. Jäggi sagt den Betrachtern und den Betrachterinnen nicht, was sie beim Anblick des Sujets verspüren sollen, er zeigt bloss das es existiert und dass es eines Blickes wert ist. ■■■ Anne Jean-Richard ■■■ **Biografie:** 1972 Solothurn, lebt und arbeitet in Zürich ■■■ **Ausbildung:** autodidaktische Ausbildung ■■■ seit 1998: freischaffender Fotograf in Zürich, für verschiedene Printmedien im in- und Ausland tätig. Seit 2003: Realisierung eigener Projekte in Zusammenarbeit mit der Bildagentur Keystone Schweiz. ■■■ www.stefanjaeggi.ch ■■■ **Legende:** Park n° 13, aus der Serie «Park», 2006–2007. Handvergrösserung RA4 ab Mittelformat Negativ ■■■



STEFAN JÄGGI ■■■ **Park** ■■■ Que ce soit dans ses reportages photographiques, ses paysages ou ses portraits, Stefan Jäggi dresse, avec une acuité pleine d'humour et de cynisme, un portrait tendre de la «suissitude» contemporaine. ■■■ Pour sa série «Park» (2006–2007) Jäggi a fixé son objectif dans divers parcs de loisirs et d'attraction suisses: Parc Aventures, Magicpark, Connyland ou Schongiland... Si, dans notre inconscient, ces lieux riment avec plaisir, détente et enchantement, ils résonnent, dans le travail de Jäggi, avec étrangeté, désolation et clôture. Désertés, ils s'affirment en totale opposition à la magie des légendaires parcs d'attraction tels que Disneyland; l'endroit par excellence où s'estompe la frontière entre la vie réelle et les merveilles des dessins animés, entre la réalité et l'illusion. Il n'y a pas de référents chez Jäggi, seulement des architectures désuètes et des attractions démodées posées dans un décor silencieux et austère. Pas de spectacles d'otaries ni de dauphins joueurs. Pas de manège à sensations, appareils à vertige et autres engins de rotation, d'oscillation, de chute, construits pour provoquer une panique viscérale. Aucune foule s'égosillant, seulement des lieux dépeuplés, des parcs exigus et hermétiques, à l'image du pays qui les accueille. Ici le décor seul provoque l'effroi. A croire que ces sites n'ont de magique que le nom qu'ils portent. Le rêve américain est anéanti mais ce n'est ni mieux ni moins bien. En effet, baigné de soleil et surexposé, le sujet se fige sur le négatif. Extrait de son contexte il devient icône, symbole, véritable artefact culturel helvétique. ■■■ Jäggi collabore régulièrement avec l'agence suisse Keystone. Or, loin des événements insolites privilégiés par le photographe de presse qui se doit de «faire une grande photo», cette photographie là se veut quasi documentaire et se plaît à fréquenter le familier, le quotidien. Autant par la technique que par le sujet, on est loin du medium glacé, travaillé avec netteté et retouché avec une précision propre aux images publicitaires ou aux cartes postales des offices de tourisme. Au contraire, ces images, qui relèvent du folklore urbain dans ses aspects les plus reconnus, troublent par leur banalité. Voiture ou panneau de circulation, logo commercial, poubelle ou cabine de chantier, tout ce qui n'apparaîtrait pas sur une publicité est ici volontairement mis en évidence. ■■■ Ainsi ce ne semble pas tant être le sujet en tant que tel qui intéresse Jäggi que son interprétation nécessairement critique, poétique voire humoristique. Ni surestimés ni sous-estimés, ces lieux sont empreints, à travers son objectif, d'une signification nouvelle. Jäggi ne dit pas au spectateur comment il doit ressentir le sujet, il affirme tout simplement qu'il existe et qu'il vaut la peine d'être regardé. ■■■ Anne Jean-Richard ■■■ **Biographie:** 1972 Soleure, vit et travaille à Zurich ■■■ **Formation:** autodidacte – dès 1998: photographe indépendant à Zurich, actif pour différents magazines en Suisse et à l'étranger. Dès 2003: réalisation de ses propres projets en collaboration avec l'agence Keystone Suisse ■■■ www.stefanjaeggi.ch ■■■ **Legende:** Park n° 13, de la série «Park», 2006–2007. agrandissement manuel RA4 d'un négatif moyen format ■■■

