

GALERIE BRIGITTE SCHENK

Press Release

ELIJAH BLUE

STEP & REPEAT



Elijah Blue, IVORY TOWER, 2010

GALERIE BRIGITTE SCHENK

Vernissage

July 20, 2012

Exhibition runs until September 5, 2012

Opening hours

Tuesday – Friday: 11 am – 6 pm

Saturday: 11 am – 3 pm

English

In the twenty-first-century, fame has become a byword for arbitrariness and ephemerality. 'Media celebrities' attain renown for a brief moment only to return to oblivion even faster. Thanks to social networks and modern television policies, fame has become a question of 'social status'. To maximise product acceptance, advertising in turn avails itself of the stars; red carpets and those logo backdrops – 'Step and repeat walls' – are omnipresent in television, at nightclubs, major receptions and other events. The increasing arbitrariness of stardom is obscured behind restrained marketing strategies.

To these circumstances, Elijah Blue, an artist originally from Los Angeles and now living in Germany, has devoted his first exhibition. Blue is a big name in his own right as one-time frontman in the band, Deadsy, but also as the famous child of Cher and Gregg Allman, and not least as a visual artist. So he is amply qualified to handle his chosen subject matter. His medium for the exhibition at Galerie Brigitte Schenk in Cologne is provided precisely by those 'step-and-repeat walls'. They are an important part of celebrity-making. Inspired by pop culture, they are designed such that whoever is ushered or photographed in front of them appears to be famous, while conversely, the fame of the product involved along with the personality in the publicity is augmented. The celebrities in turn appear to be endorsing and lending approval to the sponsors backing them – or not, as the case may be. In building up fame, arbitrariness and lack of conviction seem to be more efficient methods than uprightness. 'The celebrity and the backdrop are the same thing, they are both billboards, they have fused', says Blue.

GALERIE BRIGITTE SCHENK

Blue selects the corporate logos for his step-and-repeat walls with precision, playing with their meaning and sound, and combining them into new symbols. Thus, a new logo is generated out of 'Ivory Soap' and 'Tower records' – 'Ivory Tower' – 'Elfenbeinturm'. Puzzlement results, and is compounded by the fact that these new aggregate emblems are captured in oil paint on canvas, not, as would be expected, in short-lived stereotypes of only few hours' duration.

Deutsch

Ruhm ist im 21. Jahrhundert zu einer Chiffre für Beliebigkeit und Kurzlebigkeit geworden. „Medien-Berühmtheiten“ werden für kurze Zeit bekannt und geraten noch rascher wieder in Vergessenheit. Dank sozialer Netzwerke und moderner Fernsehpolitik ist Ruhm eine Frage des sozialen Status geworden. Zur Aufbesserung der Produktakzeptanz bedient sich die Werbung wiederum der Stars; rote Teppiche und Logo-Kullissen - „Step and Repeat walls“- sind im Fernsehen, in Hotels, Nachtclubs, bei größeren Empfängen und Events, omnipresent. Die zunehmende Willkür der Stars wird durch dezente Vermarktungsstrategien verschleiert.

Diesem Thema widmet seine erste Ausstellung der in Deutschland lebende und aus Los Angeles stammende Künstler Elijah Blue. Selbst eine Prominenz, ist Blue als der ehemalige Frontmann der Band Deadsy bekannt aber auch als berühmter Nachkomme von Cher und Greg Allman und nicht zuletzt als bildender Künstler. Er ist somit für dieses Thema hervorragend qualifiziert. Sein Medium für die Ausstellung in der Galerie Brigitte Schenk in Köln sind genau diese „Step-and-Repeat-walls“ - Diese Wände sind ein wichtiger Teil der Ruhmbildung. Inspiriert durch die Pop-Kultur sind sie so konzipiert, dass, wer auch immer vor sie geführt oder fotografiert wird, berühmt zu sein scheint und auf der anderen Seite das Produkt, das mit ihm wirbt, berühmter macht. Der Prominente wiederum scheint auch die Sponsoren hinter sich zu billigen und gutzuheißen oder auch nicht. Willkür und Überzeugungslosigkeit scheinen effizientere Methoden im Aufbau von Ruhm als Gradlinigkeit „Celebrity und Logo verschmelzen zu einer Einheit; da auch die Celebrities so zu Werbeträgern werden“, sagt Blue.

Blue wählt die Firmenlogos für seine Step-and-Repeat-Wände präzise aus, spielt mit deren Bedeutung und Klang und kombiniert sie zu neuen Sinnbildern. So entsteht ein neues Logo: aus „Ivory Soap“ und „Tower records“ entsteht „Ivory Soap“ - „Elfenbeinturm“. Die dadurch hervorgerufene Imitation entsteht

GALERIE BRIGITTE SCHENK

zusätzlich dadurch, dass diese neu zusammengesetzten Embleme in Öl auf Leinwand gebannt werden; also Malerei sind und nicht etwa vergängliche Schablonen, die nur wenige Stunden überleben.