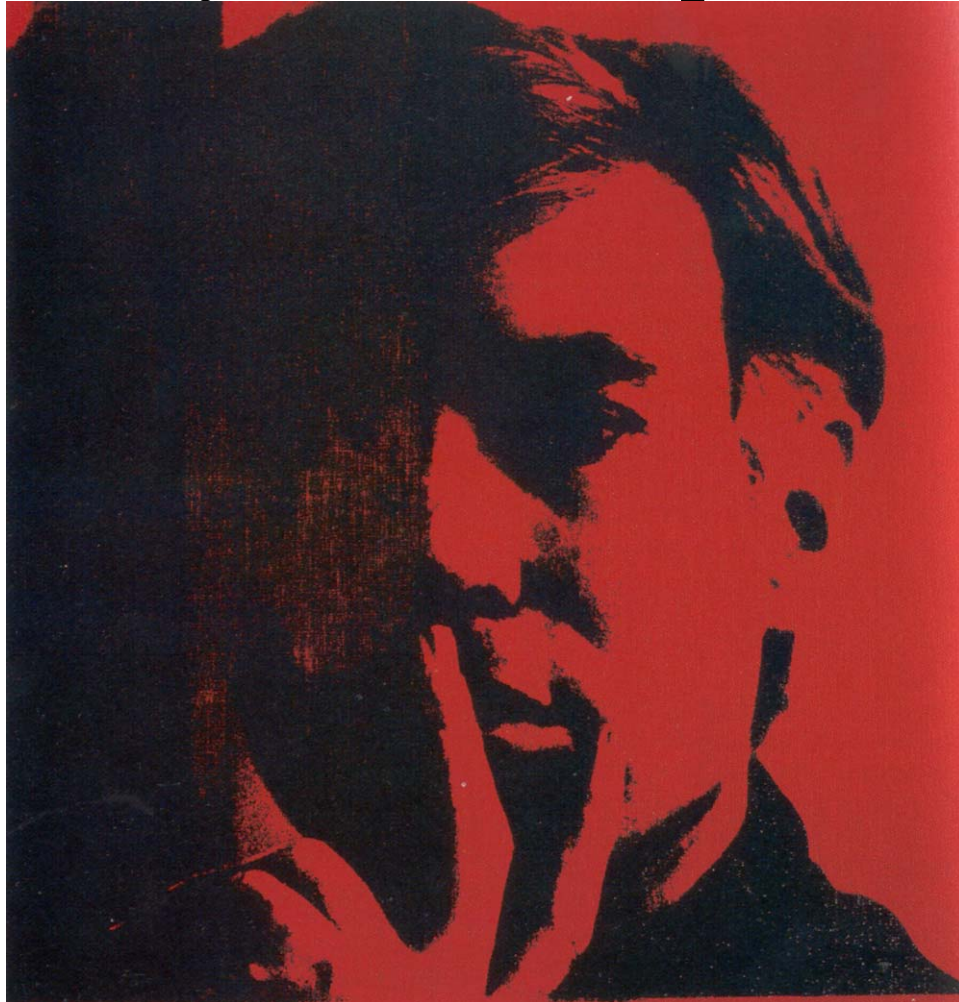


# Andy Warhol Superstar



- om kunstnermyten, media og den maskinelle teatralitet.

En masteroppgave i Teatervitenskap,  
avlagt våren 2005  
ved Institutt for Kulturstudier og orientalske sprog,  
Universitetet i Oslo  
Av André Gali

Like to take a cement fix  
Be a standing cinema,  
Dress my friends up just for show  
See them as they really are.  
Put a peephole in my brain  
Two new pence to have a go  
I'd like to be a gallery  
Put you all inside my show

Andy Warhol looks a scream  
Hang him on my wall  
Andy Warhol silver screen,  
Can't tell them apart at all

Andy walking, Andy tired  
Andy take a little snooze;  
Tie him up when he's fast asleep  
Send him on a pleasant cruise.  
When he wakes up on the sea  
Be sure to think of me and you,  
He'll think about paint and he'll think about glue –  
What a jolly boring thing to do.

- David Bowie, 1972

## **Innholdsfortegnelse**

Forord	s. 5
<b>Del 1; Teoretisk inngang</b>	s. 6
<b>Del 2; En introduksjon til Andy Warhol</b>	s. 11
Innledning	s. 12
Warhol som reklametegner på 1950-tallet i New York – en bevissthet om identitet	s. 13
Warhol som gryende popkunstner tidlig på 1960-tallet – mot en pop persona	s. 17
Warhol på kunstscenen – pop personaen i det sosiale og Warhol som regissør	s. 23
Oppsummering av Warhol så langt	s. 31
<b>Del 3; Om Jean Baudrillard og konsumersamfunnet</b>	s. 33
Innledning	s. 34
Et system av objekter og teknologi	s. 37
Om konsumersamfunnet	s. 40
Om massemedia og virkeligheten	s. 42
Om konsumets sosiale logikk	s. 42
Om personalisering	s. 44
Om massemediakulturen og popkunsten	s. 47
Om reklame	s. 54
Om kroppen, det fineste av konsumerobjekter	s. 56
Konsumersamfunnet og fremmedgjøringens tidsalder	s. 59
En kort oppsummering av Baudrillard	s. 60
<b>Del 4; Om teatralitet og skuespill</b>	s. 61
Innledning	s. 62
Richard Sennett og det offentlige menneskets fall	s. 63
Guy Debord og skuespillersamfunnet	s. 65
Anne Britt Gran og vår teatrale tid	s. 67
Michael Kirby; spill og ikke-spill	s. 68

Richard Schechner; meg, ikke-meg og ikke-ikke-meg	s. 70
Allan Kaprow; assemblages, environments og happenings	s. 77
Tilbake til Anne-Britt Gran og vår teatrale tid	s. 84
Oppsummering av teatraliteten så langt	s. 91
<b>Del 5; Andy Warhol og den maskinelle teatralitet</b>	s. 96
Innledning	s. 97
Konstruksjonen av en pop persona	s. 98
Strukturering av pop personaen	s. 102
Pop personaen som identitet og merkevare	s. 108
Pop personaen og den medierte dialogen	s. 111
Pop personaen og popliv på 'the Factory'	s. 114
Pop personaen som maskinell teatralitet	s. 116
Sluttord	s. 122
Litteraturliste	s. 125
Billedliste	s. 128
Sammendrag	s. 129

## Forord

Våren 2000 reiste jeg omkring i Frankrike mens jeg jobbet på en mellomfagsoppgave i teatervitenskap om Samuel Beckett og skuespillet "Mens vi venter på Godot". Da jeg besøkte en bruktbokhandel i Montpellier på leting etter litteratur om Beckett kom jeg over en bok av Ultra Violet som gikk under tittelen "Famous for 15 minutes – my years with Andy Warhol". Jeg kjente allerede til noe av Warhols kunstneriske produksjon og bestemte meg for å kjøpe boken. I boken ble jeg introdusert til Warhol som pop ikon og 'the Factory' som locus for popliv. Warhol som kunstner og skaper av sin egen kunstnermyte fascinerte meg meget, og etter å ha avsluttet mellomfagsoppgaven om Beckett studerte jeg kunsthistorie og fikk mer innsikt i moderne kunst og Warhols posisjon i kunsthistorien.

Jeg har alltid opplevet kunstnerens rolle i det sosiale som en mulighet til spill på grunn av den forventningen til eksentrisitet som hefter ved den romantiske kunstnermyten. Kunstneren, enten det gjelder malere, forfattere eller skuespillere, har slik jeg ser det et rom som er mer åpent i forhold til å ha en uvanlig identitet og å leve denne identiteten ut i virkeligheten enn andre profesjoner. Det å være kunstner er på denne måten mer en livsstil enn bare et yrke.

Da jeg begynte på teatervitenskap hovedfag ble jeg introdusert til Jean Baudrillards teorier om det postmoderne som en tilstand preget av spill eller lek med tegn gjennom forelesninger holdt av Anne-Britt Gran om teatralitetsbegreper. Da tiden var moden for å begynne på en hovedoppgave falt det seg således naturlig for meg å forfølge min interesse for Warhols kunstneriske identitet og kombinere dette med Baudrillards begreper om identitet som noe utvendig som tillegnes gjennom investering i tegn. Da jeg dukket opp på institutt for musikk og teater med en formening om at det lå muligheter her for en problemstilling til en hovedoppgave, ble jeg introdusert til Anita Hammer som har vært min veileder gjennom dette prosjektet. Uten hennes interesse for problemstillingen og en enorm entusiasme for mitt prosjekt tviler jeg på at resultatet av denne oppgaven hadde vært halvparten så leserverdig som den er blitt. Det har tatt meg noen år å finne frem til litteratur som kunne understøtte mine teorier om Warhol og hans pop persona, og i løpet av denne tiden var jeg så heldig at Anne-Britt Gran hadde skrevet en spennende bok om teatralitet i media og det sosiale som har fungert som rammeverk for en del av de teatralitetsbegrepene jeg har beskjeftiget meg med for å komme frem til et teatralitetsbegrep som kan belyse denne siden av fenomenet Andy Warhol.

Avslutningsvis vil jeg gjerne takke min veileder Anita Hammer som har inspirert meg til å fortsette med prosjektet (som har gått fra å være en hovedfagsoppgave til å bli en masteroppgave på grunn av endringer i studiestrukturane på UiO i den tiden jeg har jobbet med oppgaven), og ellers en takk til min kjære Hennika Marie Eriksen som har holdt ut med meg i alle de tre årene jeg har jobbet med Warhol og plaget henne med spørsmål om personlighet og identitet.

**Del 1**

# **Teoretisk inngang**

Denne oppgaven har som mål å diskutere Andy Warhol i forhold til forskjellige teatralitetsbegreper. I forkant av oppgaven hadde jeg en oppfattelse av at Andy Warhol gjorde bevisste endringer i forbindelse med sitt ytre for å fremstille seg som en spesiell type kunstner. Denne forståelsen av Warhol har jeg i stor grad fått gjennom forskjellige typer biografisk materiale. Også mer akademiske vurderinger av Warhols arbeide har en tendens til å inkludere utsagn om Warhols person, men til nå er jeg ikke kommet over noe litteratur som vier sin fulle oppmerksomhet til den kunstnermyten som Warhol bygger opp omkring seg. Derfor har jeg ønsket å bidra med en mer akademisk diskusjon av fenomenet Warhol og den myten han konstruerer. I popkunsten er temaet, motivene og teknikkene hentet fra konsumerkulturen og Warhol knytter seg til denne kulturen på en spesiell måte gjennom sin kunstnermyte. Jeg kommer i oppgaven til å diskutere hvorledes Warhols kunstnermyte – som jeg kaller for en *pop persona* – og hans virke underbygger hverandre, men utover det kommer jeg i liten grad til å diskutere kunsten han produserer.

Det er min påstand at denne pop personaen kan forstås som en form for teatralitet. Dette er et utvidet teatralitetsbegrep som ikke begrenser seg til former for spill som finner sted innenfor teaterinstitusjonen eller på scenen, men også inkluderer spill i det offentlige. Jeg kommer til å skille mellom en sosial rolle og en teatral rolle, fordi et begrep om en teatralitet som utspiller seg i virkeligheten ville blitt meningsløs hvis man hevder at alle mennesker er teatrale hele tiden. Det har også vært viktig for meg å bruke begreper og teorier om spill fra teatervitenskapen og ikke fra sosiologien, selv om de av og til går over i hverandre. Grunnen til dette er at jeg oppfatter en sosial rolle som mer eller mindre tildelt – noe som kommer utenfra, mens jeg oppfatter en teatral rolle som mer valgt, altså noe man bestemmer seg for å gjøre. Teaterteoriene jeg har valgt å benytte meg av går inn på hvordan man kan konstruere og kontrollere en rolle, og hvordan denne presenteres for et publikum eller et blikk. Det er altså visse kriterier tilstede for å kunne betegne noe som en teatral rolle som inkluderer en grad av bevissthet hos den som utfører rollen og et blikk å spille rollen for. Disse kriteriene vil bli grundig diskutert i oppgaven.

Opgaven er altså er forsøk på å argumentere for hvorfor Warhols pop persona kan sies å være en type teatralitet, og samtidig et ønske om å si noe om hva slags teatralitet dette er. I den anledning har jeg konstruert begrepet 'maskinell teatralitet' som jeg har hentet både fra Warhol selv og fra Jean Baudrillard. Fra Warhol har vi et uttrykt ønske om å være en maskin<sup>1</sup> og hos Baudrillard har

---

<sup>1</sup> Eks: Charles Harrison & Paul Wood (red.): Art in Theory 1900-1990 – An Anthology of Changing Ideas, Blackwell Oxford UK & Cambridge USA, 2001, s. 730-733

vi begrepet om Warhol som en ”maskinell snobb”<sup>2</sup>. Hvorvidt Warhol er en snobb eller ikke har ikke opptatt meg i denne oppgaven, men jeg har forsøkt å ta denne ’maskinelle’ siden av Warhol seriøst for å prøve å forstå hva den innebærer, og jeg har kombinert den med de teatralitetsbegrepene jeg diskuterer i oppgaven.

De teoriene jeg har benyttet for å etablere et teatralitetsbegrep som kan inkludere Warhol og spill i det offentlige er hentet fra forskjellige vitenskaper, hovedsaklig teatervitenskapen og sosiologien, men med innslag fra kunsthistorien. Min begrunnelse for denne tverrfagligheten kunne ligge i Warhols egen ’tverrfaglighet’ – han beskjeftiget seg med alt fra maleri til film og litteratur, men begrunnelsen ligger hovedsaklig i min angrepsvinkel på fenomenet. Warhol som fenomen oppstår slik jeg ser det under helt spesielle historiske og sosiale forutsetninger. Disse forutsetningene er en overgang i etterkrigstiden fra et produksjonssamfunn til et konsumersamfunn, dvs. et samfunn som definerer seg gjennom konsum snarere enn gjennom produksjon, og en enorm vekst i moderne medier. For å utdype den tilstanden som oppstår etter andre verdenskrig og som gjerne karakteriseres som postmoderniteten, har jeg viet Jean Baudrillards tanker om konsumersamfunnet et helt kapittel. Baudrillard beskrives gjerne som en postmoderne tenker og han går ganske langt i å oppgi de moderne verdiene som sannhet, objektivitet og rasjonalitet. Her er det viktig å understreke at postmodernitet er et begrep som brukes om en tidsepoke (fra omtrent 1960), mens postmodernisme er innenfor vitenskapen en teori som ikke tror på vitenskapens evne til å utsi noe objektivt eller sant om verden, men i stor grad beskjeftiger seg med fortolkninger av virkeligheten. Baudrillard går så langt at han forneker virkeligheten overhodet og innsetter simulasjonen i dens sted. Hva dette innebærer har jeg beskrevet i oppgaven. Baudrillard er en tenker som i stor grad har utviklet og utvidet sine begreper siden slutten av 1960-tallet og den boken jeg benytter som hovedkilde i denne oppgaven; ”The Consumer Society – myths and structures”<sup>3</sup>, ble skrevet så tidlig som i 1970. I denne boken er innflytelsen fra strukturalismen og poststrukturalismen tydelig. I strukturalismen leses alle tilsynekomster som tegn i et tegnsystem, på mange måter som et språk hvor tegnet er tilfeldig i forhold til referansen – det er ingen logisk sammenheng mellom ordet hest og tingen hest, det er språksystemet som definerer ordet. I strukturalismen er det fremdeles en tro på et dominerende sentrum som styrer strukturen, mens poststrukturalistene bryter med denne forestillingen og opplever tegnsystemet som tilfeldig. Baudrillard leser således

---

<sup>2</sup> Jean Baudrillard: *The Perfect Crime*, Verso, London & New York, 1996

<sup>3</sup> Jean Baudrillard: *The consumer society – myths and structures*, Sage Publications London, Thousand Oaks & New Dehli 1998



konsumersamfunnet og mediesamfunnet slik det fremtrer i vesten i etterkrigstiden som tegnsystemer. Jeg slutter meg i denne oppgaven til denne kritiske lesningen av kulturen som tegn og kombinerer Baudrillards begreper med en dynamisk hermeneutisk tilnærming til fenomenet Warhol. Det har vist seg gjennom min lesning av Baudrillard og min lesning om Warhol at de på mange måter bekrefter og utdyper hverandre – Warhol kommer med utsagn som kunne kommet fra Baudrillard og Baudrillard bruker Warhol som eksempel for å styrke sine teorier. Warhol har ved flere anledninger presisert at han oppfatter seg og sitt kunstneriske virke som overflatisk. Dette harmonerer med Baudrillards lesning av kulturelle fenomener som tegn. Jeg har forsøkt å ta dette på alvor og så langt jeg har klart det har jeg fokusert på de ytre tegnene Warhol viser frem.

Baudrillard fungerer i denne oppgaven som et teoretisk bakteppe for de teatralitetsbegrepene jeg fremsetter og vurderer. Jeg har videre brukt Anne-Britt Grans bok ”Vår teatrale tid – om iscenesatte identiteter, ekte merkevarer og varige mén”<sup>4</sup> som rammeverk for en undersøkelse av forskjellige teatralitetsbegreper. Dette er en bok som sammenligner teatralitetsbegreper med begreper om identitet og merkevarer. Siden jeg oppfatter Warhols pop persona som en merkevare har denne boken vært en inspirasjon for flere av mine egne betraktninger. Jeg har også basert meg på noen av de samme teoretikerne som Gran – som Michael Kirby og Richard Schechner – for å legge et belegg for mine undersøkelser, men mine konklusjoner skiller seg noe fra de konklusjonene som Gran selv gjør.

Oppgaven består av fire hoveddeler; del 2) En introduksjon til Andy Warhol, del 3) Om Jean Baudrillard og konsumersamfunnet, del 4) Om teatralitet og skuespill og del 5) Andy Warhol og den maskinelle teatralitet. I del 2) presenterer jeg Warhols biografi med fokus på tiden fra omtrent 1950-1968 og påviser det jeg mener er teatrale trekk ved Warhol på denne tiden. Her fremlegger jeg en kronologisk vurdering av Warhol og antyder et skille mellom en sosial rolle på 1950-tallet mot en mer teatral rolle fra begynnelsen 1960-tallet. Jeg har valgt å gå kronologisk til verks fordi jeg mener at Warhol utvikler og skjerper de teatrale grepene han benytter seg av. I del 3) går jeg inn i Jean Baudrillards teorier om konsumersamfunnet med fokus på media, kunst, personlighet og kroppen. Denne delen er i stor grad satt av til å innføre og presentere Baudrillards postrukturalistiske lesning av virkeligheten som et system av tilfeldige tegn. I del 4) beskriver jeg forskjellige teatralitetsbegrep og vurderer dem opp mot det å spille i det sosiale og antyder hvordan de kan brukes på et fenomen som Warhol. I denne delen finnes de mest grunnleggende diskusjonene omkring teatralitetsbegrepet og her inkluderer jeg en historisk-sosiologisk lesning

---

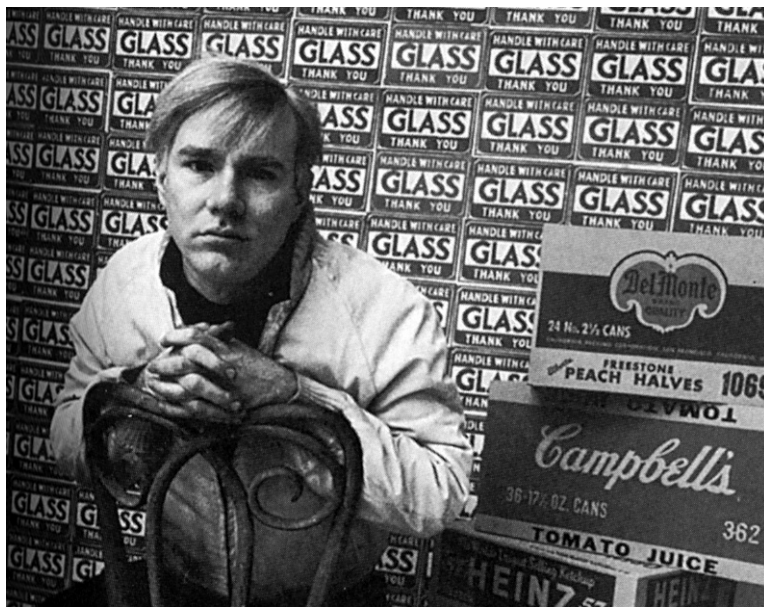
<sup>4</sup> Anne-Britt Gran: Vår teatrale tid – om iscenesatte identiteter, ekte merkevarer og varige mén, Oslo 2004

av spill i virkeligheten fra moderniteten begynnelse (omtrent 1750) til postmoderniteten (fra omtrent 1960) utfra Richard Sennetts begreper om den sosiale virkeligheten som et intimitetstyranni. I del 5) prøver jeg ut teatralitetsbegrepene jeg har vurdert i del 4) på Warhol og definerer hva jeg mener med en maskinell teatralitet. I denne delen kommer også en vurdering av Brecht og verfremdungseffekten i forhold til Warhols opptreden i intervjusammenhenger. Dette er inkludert fordi Warhol selv har uttalt kunnskap om Brecht. Jeg har valgt å vente med dette til siste kapittel siden Brecht er en dominerende teoretiker i teatervitenskapen som assosieres med politisk og episk teater. Siden Warhol i liten grad forholder seg til disse aspektene av Brechts teater, men så å si plukker opp "V"-effekten som et blant flere mulige teatrale grep, har jeg lagt diskusjonen mot slutten av oppgaven og bare vurdert "V"-effekten slik Warhol bruker den. I siste del har jeg også gått inn på David McCabe som fotograferte Warhol fra 1964-65 og sett på hans fotografier i forhold til Warhols strukturering av kunstnermyten og i forhold til begreper fra Richard Schechner om 'restored behavior' og 'rehearsal'. Dette avsnittet er lagt til siste kapittel fordi jeg ville presentere Schechners begreper før jeg så direkte på forholdet mellom McCabes fotografier og Warhol.

Leseren må forstå at jeg i denne oppgaven ikke har hatt noen ambisjoner om å utsi en objektiv sannhet om Warhol og hans pop persona, eller måle den i forhold til Warhol som psykologisk person. Tvert imot har jeg forsøkt å gå utenom en slik forståelse for på denne måten å fortolke Warhol i forhold til noen begreper som går bakenfor enkle motsetningspar som virkelighet mot skuespill, sannhet mot løgn eller det ekte mot det falske. Dette er derfor å regne som en mulig forståelse av Warhol og hans pop persona som jeg mener er hensiktsmessig og belyser noen elementer som er tilstede både hos Warhol og i den vestlige kulturen forøvrig.

## Del 2

# En introduksjon til Andy Warhol



Andy Warhol på Stable Gallery i 1964.

## Innledning

I denne delen skal jeg se på Andy Warhols biografi og introdusere ham som fenomen, som iscenesatt og iscenesetter, for å ha en kjennskap til Warhol og det jeg anser som hans teatralitet før jeg kommer til Baudrillards teorier om konsumersamfunnet og før jeg skisserer ut noen begreper om teatralitet.

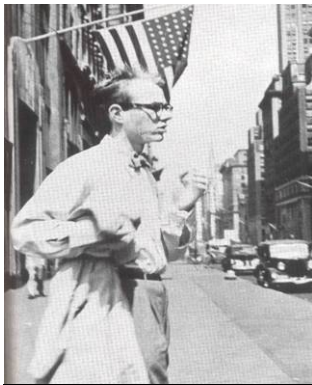
Andy Warhol har beskrevet seg selv og sitt kunstneriske virke som overflatisk – overflater uten innhold – det finnes bare det som er synlig, bildene er det man ser, filmene er det man ser, og Warhol selv er det man ser – ingenting annet<sup>5</sup>. Denne 'overflatiske' holdningen oppfatter jeg som tydelig knyttet til teatrele begreper om kostymering og maskering, samtidig som den kan knyttes til Jean Baudrillards begreper om virkeligheten som tegn. Warhols forhold til det overflatiske og det umiddelbart synlige skal jeg se på senere i undersøkelsen. Her skal jeg ta denne uttalsen alvorlig i en biografisk beskrivelse av Warhol slik han fremtrer for andre fra 1950-tallet til hans død i januar 1987, med hovedfokus på 1960-tallet. Da min undersøkelse av Warhol gjelder hans *kunstnermyte* kommer jeg til å utelate mye av den informasjonen som dreier seg om hans kunstneriske virke og produksjon.

Det er viktig å forstå at store omveltninger er i ferd med å skje i kunsten og organiseringen av institusjonene rundt kunsten – gallerister, kritikere, samlere o.l. – i tiden fra midten av 1950-tallet og fremover på 1960-tallet. En del navn som nevnes i forbindelse med Warhol er mennesker med en viss posisjon i denne utviklingen. Det skjer et radikalt brudd med det begrepet som eksisterer om kunst på denne tiden og hvor maleriet har hatt en spesiell plass, og de navnene som nevnes – som Ivan Karp, Leo Castelli, Emilio de Antonio, Henry Geldzahler og andre – spiller viktige roller i fremveksten av popkunsten og en mer kommersielt orientert galleri- og kunstverden.

---

<sup>5</sup> *October Files 2: Andy Warhol* (Ed. Anette Michelson), 2001 London, s 1

## Warhol som reklametegner på 1950-tallet i New York - en bevissthet om identitet



Warhol 1950

Andy Warhol ble født Andrew Warhola i Pittsburg, Pennsylvania, 6. august 1928 og var tredje og yngste sønn av Ondrej og Julia Warhola som var immigranter fra byen Mikova ved grensen mellom Russland og Polen. Etter å ha fullført kunststudier i juni 1949 flyttet han til New York sammen med studiekameraten Philip Pearlstein. Snart skiftet han navn fra Andrew Warhola til Andy Warhol. I løpet av femtitallet ble Warhol en velkjent reklametegner for forskjellige varemerker og moteblader som for eksempel Glamour – hvor han illustrerte noveller, I. Miller - en av New Yorks mest fasjonable skobutikker, og Vogue. I 1950 flyttet Warhol inn i et danse- og teaterkollektiv på 74 West 103rd Street. Viktor Bokris, som har skrevet en av de mest utførlige biografiene om Warhol, beskriver dette som en overgangsperiode;

*”It was a transition period, introducing him into the bohemian world of dance and theatre people. He felt more affinity with them than with intellectuals like the Pearlsteins, and for the first time Andy began, tentatively, exploring the homosexual underground.”*<sup>6</sup>

Som vi ser ble Warhol tidlig introdusert for en verden dominert av mennesker involvert i teater og dans. Og det er tydelig at han trives bedre i deres selskap enn i selskap av intellektuelle som Pearlstein og hans kone. Denne fascinasjonen for den homoseksuelle undergrunnen og mennesker involvert i spill får sin kulminerte tilfredsstillelse i og rundt 'the Factory' – Warhols atelier fra 1963 og utover – som vi skal se nedenfor.

I 1952 holdt Warhol sin første separatutstilling. Her stilte han ut femten tegninger basert på Truman Capotes bøker. Bob Colacello som jobbet på 'the Factory' fra slutten av 1960-tallet og til utpå 1980-tallet beskriver Warhol som fascinert av det Capote var på denne tiden; *”provocative, celebrated, taken serious by the critics, asked out socially by the right people, the brilliantly witty*

---

<sup>6</sup> Viktor Bokris: Warhol, Frederick Muller, London, Sydney, Auckland, Johannesburg 1989, s. 85 (heretter referert til som V.B.:Warhol)

*homosexual who tillated the ladies to lunch.*”<sup>7</sup> På denne tiden begynte Warhol å plages av det han selv refererte til som ‘boy problems’<sup>8</sup> – hans homofile legning. Det å være homofil i USA på 1950-tallet var en smertefull affære – homoseksualitet var ulovlig og homoseksuelle ble oppfattet som syke. Warhol opplevde selv, som så mange homoseksuelle, at hans legning var en sykdom, og hans selvbilde ble ikke forsterket av at han begynte å miste håret, at huden hans bar utslett av brun-røde og hvite prikker, og at han måtte bruke briller med tykke linser. Colacello beskriver hvordan Warhol forvandlet sin ”*unattractiveness to his advantage by making himself even more unattractive – he wore pinhole glasses and, later, obvious wigs, which helped to change his image from weirdo to eccentric, becoming emblems of his unassailable uniqueness.*”<sup>9</sup>

Slik jeg ser det beskriver Colacello her visse grep som Warhol bruker for å forandre sin fremtreden til mer spesiell. Disse grepene mener jeg kan karakteriseres som teatrale, og jeg skal senere se på hva det innebærer. Det han gjør ved hjelp av disse grepene er å ta sine ufordeler og gjøre dem til sine fordeler.

Ifølge Bokris var Warhols utseende på begynnelsen av femtitallet svært kalkulert og designet for å skape sympati. Klientene hans kalte ham ‘Raggedy Andy’ og ‘Andy Paperbag’ på grunn av klærne hans og det faktum at han alltid bar tegningene sine omkring i en brun papirpose. Bokris beskriver hans antrekk på denne måten; ”*Andy wore a bohemian uniform of chino pants, cotton T-shirts and worn sneakers, which he had appropriated largely from Marlon Brando*”<sup>10</sup>. Han begynte utover i 1953 å kle seg i dress og slips, mens han sølte på de dyre skoene sine med maling, vann og katteurin for å gi inntrykk av at han hadde råd til dyre sko, men ikke brydde seg om å ta vare på dem. Han lot også være å knytte skoene for å forsterke et ‘shabby’ inntrykk. Warhols tiltagende skallethet var en kilde til særlig bekymring, og han kjøpte sin første parykk, som var brun. Etterhvert ville den brune parykken bli skiftet ut med blonde, hvite, sølvfarvede og grå parykker og bli et umiskjennelig kjennemerke sammen med sorte solbriller på Andy Warhol – *kunstneren*. På midten av femtitallet fikk han også nesen operert. Men god økonomi til tross, så fortsatte han å kle seg i sitt ‘Raggedy Andy’-kostyme når han søkte etter mer jobb.

---

<sup>7</sup> Bob Colacello: Holy Terror – Andy Warhol close up, Cooper Square Press 2000, s. 24 (heretter referert til som B.C.:Holy Terror)

<sup>8</sup> V.B.:Warhol, s.89

<sup>9</sup> B.C.:Holy Terror, s. 24-25

<sup>10</sup> V.B.:Warhol, s. 81

Dette oppfatter jeg som en klar bevissthet hos Warhol i forhold til hvordan han presenterer seg selv gjennom klær og oppførsel. Vi kan kalle det en bevissthet om identitet og på den måten foregriper vi Anne-Britt Grans begreper om teatrale identiteter hvor en bevissthet om og et spill med identiteter står i forhold til det autentiske og står som et tilbud om spill med selvpresentasjon i konsumersamfunnet slik det beskrives av Jean Baudrillard. Konsumersamfunnet som preget av et spill med tegn og Grans begreper om teatrale identitet kommer jeg nærmere inn på i senere kapitler. Det er også interessant å se at Warhols 'teatrale' inspirasjon ifølge Bokris kommer fra Marlon Brando som representerer en ny type skuespillere i Hollywood-systemet. Brando var både dyktig i sitt fag og representerte det unge, opprørske og maskuline. Hvorvidt Brando har fungert som rollemodell for Warhols egen teatralitet skal vi ikke gå inn på i denne oppgaven, men det er absolutt en mulighet til stede for dette.



Warhol 1952

På høsten 1953 begynte Warhol å frekventere en lesegruppe som leste skuespill og som gikk under navnet The Theater 12 Group. De neste seks månedene kom Warhol regelmessig på gruppens øvelser og designet programmet og settet. Her ble Warhol introdusert til Bertolt Brechts verfremdungseffekt, og Warhol har senere innrømmet dens betydning for utviklingen av hans egen estetikk.<sup>11</sup> Dette synes jeg er interessant fordi det kan tydeliggjøre noe vi kan kalle en metaposisjon hos Warhol i forhold til sin egen identitet. Denne metaposisjonen skal jeg diskutere nedenfor.

I 1956 fikk han delta i en utstilling av de nyeste tegninger i USA på Museum of Modern Art<sup>12</sup>. Da var han allerede en velkjent skikkelse i Manhattens "society-liv"<sup>13</sup> og han blir beskrevet slik i Klaus Honnefs bok "Andy Warhol – Kunsten som forretning":

*"Han var dødslekkert klædt, gikk med et stramtsiddende jakkesæt med skrigende rødt Paisley-foer... Han var ikke smuk, men ungdommelig eller rettere nisseagtig pæn, med høje belgrosafarvede slaviske kindben, og når han udstødte en dyb, boblende latter, havde han for vane at kaste hovedet bagover. Allerede på denne Præ-Pop-tid var han noget af en berømtthed – en prismodtager, en meget beundret illustrator med en karakteristisk tegnestil. Jeg fandt hans lapsede stil påfaldende, men han var også munter og selvkritisk.*

<sup>11</sup> ibid. s.110

<sup>12</sup> Klaus Honnef: *Andy Warhol – Kunsten som forretning*, Benedict Taschen 1990, oversatt av Jannick Storm s.27

<sup>13</sup> ibid.

*Han virkede på samme tid sky og selvsikker, tilbakeholdende når han talte om sig selv, men også helt overbevist om sig selv og tøvede på ingen måte med at trønge sig i forgrunden.”<sup>14</sup>*

Det som beskrives her oppfatter jeg som en tvetydighet hos Warhol, at man på samme tid har en sjenerthet og en selvsikkerhet, en tilbakeholdenhet og samtidig en overbevisning om seg selv. Det er tydelig her at han er opptatt av sitt antrekk og har en pen og velkledd stil som illustrerer hans posisjon som vellykket reklametegner. Som vi snart skal se kasserer Warhol denne stilen når han skifter beite fra reklamen til kunsten. Jeg oppfatter dette skifte i stil og beite som en gradvis bevegelse fra en bevisst identitet til noe nærmere en teatral rolle og vi skal senere se hvordan og hvorfor.

Utover på femtitallet hadde Warhol flere utstillinger i gallerier, men ble ikke tatt seriøst i kunstnerisk sammenheng på grunn av sin kommersielle suksess i reklamen. Den etablerte kunstverden var fremdeles dominert av de abstrakte ekspresjonistene, og det var ingen av de seriøse galleriene som ville inkludere Warhols arbeider i sine utstillinger. I 1957 ankom Jasper Johns og Robert Rauschenberg den New Yorkiske kunstscenen med arbeider som beveget seg sterkt bort fra de abstrakte ekspresjonistene. For Warhol var dette inspirerende både på grunn av at Johns og Rauschenberg var homofile og at de også hadde en fortid som kommersielle kunstnere. På denne tiden møtte Warhol Emilio de Antonio som omgikk mange kunstnere som var på vei opp i kunstverden og var homofile, som komponisten John Cage, danseinstruktøren Merce Cunningham, Johns og Rauschenberg. Men mens Johns og Rauschenberg ønsket å distansere seg fra sin homofile krets, beskrives Warhols homofili som *”another badge of individuality, so out in the open that it was taken for granted.”*<sup>15</sup> Johns og Rauschenberg unngikk Warhol på kunståpninger fordi de oppfattet ham som for kommersiell og for åpenlyst homofil eller ’svisj’.

Dette forstår jeg som at Warhol bruker sin homofile legning bevisst for å markere sin distanse til de abstrakte ekspresjonistiske malerne som gjerne beskrives som eksplisitt maskuline og ’macho’ i sin oppførsel. Warhol insisterer på sin legning og sin ’feminine’ fremtoning og utfordrer dermed forventningene til kunstneren som maskulin og viril. Dette er jo forøvrig en periode hvor homofilien i stor grad begynner sin frigjøring og krever sin plass og sine rettigheter i det

---

<sup>14</sup> *ibid.*

<sup>15</sup> B.C.: Holy Terror, s. 26



offentlige. Mye av den homofile frigjøringen i London på slutten av 1960-tallet er i boken "Pop Out - Queer Warhol"<sup>16</sup> tillagt Warhols filmer, hans egen utslørte homofili og den åpne seksualiteten som utspilte seg på 'the Factory'. Jeg kommer ikke til å gå inn i noen diskusjon omkring Warhols homofili her, men bare nevner at flere popkunstnere i USA og England var mer eller mindre uttalt homofile og at en 'campy' holdning som gjerne tilskrives popkunstnerne også gjerne knyttes til homofile miljøer. Denne 'campy' holdningen som er sterkt preget av lek og spill med objekter og persepsjoner kommer jeg tilbake til nedenfor.

## Warhol som gryende popkunstner tidlig på 1960-tallet – mot en pop persona



Popeve, 1961

I 1960 begynte Warhol å produsere det Colacello kaller "hans virkelige kunst". Jeg oppfatter måten Colacello bruker dette begrepet på som en understrekning av at Warhols arbeider fra 1950-tallet ikke ble oppfattet som kunst, men som illustrasjoner og pene bilder. Disse nye arbeidene var stort sett malerier av tegneseriehelter som Supermann, Dick Tracy og Skipperen (Popeye) og var en blanding av tegneseriestilen og abstrakte malingsflekker. I april 1961 ble noen av disse tidlige arbeidene vist i Bonwit Tellers butikkvindu. Sommeren 1960 inviterte

Warhol de Antonio til atelieret og viste ham to malerier av coca-colaflasker. Det ene maleriet var et rent, sort-hvitt maleri med kun en coca-colaflaske på, det andre var en coca-colaflaske med abstrakte maleflekker på. De Antonio sa at det første var genialt og det andre var elendig, og etter det sluttet Warhol å dryppe maling på lerretet i abstrakt ekspresjonistisk maner<sup>17</sup>. Warhol begynte nå å få besøk av gallerister og kunstkjennere i sitt atelier, og en av de første og viktigste var Ivan Karp som var Leo Castellis assistent i Castelli Gallery<sup>18</sup>. På begynnelsen av seksti-tallet ble Castelli Gallery ansett som hovedgalleriet for den nye kunsten som vokste frem i New York og ikke ennå var definert som Pop Art. Bokris beskriver Karps møte med Warhol på denne måten:

*"Karp met Andy as he was taking steps to change himself. The new Andy had made a definite decision to draw attention to his weaknesses. He had, for example, bought some*

<sup>16</sup> Doyle, Flatley og Munoz (red.): Pop Out – Queer Warhol, Durham and London, 1996

<sup>17</sup> B.C.: Holy Terror, s. 26-27

<sup>18</sup> Castelli Gallery var eid av Leo Castelli og dette var det viktigste galleriet for ny kunst på begynnelsen av 1960-tallet.

*new silver-blonde wigs which he wore uncombed and just slightly askew. He had also started to change the way he spoke, mumbling monosyllabic, often incoherent replies to any questions. And he exaggerated everything else in his repertoire, like his slightly swish dancer's walk and his limp wrists. This prototype for the Andy Warhol whose image would shortly become world famous was based on a combination of Marlon Brando and Marilyn Monroe.*"<sup>19</sup>

Her gir Bokris oss en mengde interessante opplysninger med henhold til Warhols nye situasjon som maler. Jeg oppfatter det slik at Warhol ser kunstneren som en person med en spesiell identitet og at han ønsker å benytte seg av denne identiteten for å understreke sitt kunstneriske prosjekt. Ifølge Bokris går han bevisst inn for å endre sin fremtreden og måten han blir oppfattet på. Warhol retter oppmerksomheten mot sine svakheter, som vi også har sett tidligere, men han går også inn for å forandre måten han snakker på og går på. Bokris beskriver dette som prototypen på det bildet av Warhol som skulle bli verdenskjent. Dette er interessant fordi det synes for meg som om Warhol her beveger seg fra en *bevissthet om sin identitet* mot en mer *teatral presentasjon av seg selv*. Dette er en gradvis utvikling og forskjellen er kanskje vag, men jeg oppfatter Warhols identitet på 1950-tallet som en bevisst kostymering innenfor en reklamekontekst, mens hans nye identitet antyder en mer helhetlig strukturering av det ytre som inkluderer gange og talemåte. Dette kommer jeg til å se mer på senere i oppgaven og i forhold til Michael Kirbys grader av spill og ikke-spill.

Karp likte Warhols arbeider og tok med seg noen lysbilder av arbeidene tilbake til galleriet. Ved senere anledninger kom Karp innom med samlere og kunstinteresserte som ofte kjøpte noen av Warhols arbeider. Castelli Gallery hadde nettopp tatt opp en ung kunstner ved navn Roy Lichtenstein som også malte tegneserier, men hans stil ble oppfattet som mer selvstendig enn Warhols. Leo Castelli mente at likheten mellom Warhol og Lichtenstein kunne skade begge kunstnernes egenart og nølte derfor med å representere Warhol.

Karp tok også med seg Henry Geldzahler, en ny, ung kuratorassistent for moderne kunst ved The Metropolitan Museum of Art, til Warhols atelier. Karp og Geldzahler likte Warhols arbeider så godt at de promoterte ham til andre gallerister i New York, men uten særlig hell. Warhols arbeider ble oppfattet som latterlige, og Warhols fremtoning ble heller ikke verdsatt. Warhol blir beskrevet slik i Bokris' biografi:

---

<sup>19</sup> V.B.: Warhol, s.137

*"You couldn't miss him, a skinny creep with his silver wig. His appearance was far more conspicuous than it would be today [1989]. /.../ He said he wanted to be as famous as the Queen of England. Here was this weird cooley little faggot with his impossible wig and his jeans and his sneakers and he was sitting there telling me that he wanted to be as famous as the Queen of England!"*<sup>20</sup>

I denne litt foraktfulle beskrivelsen av Warhol antydes det at han tiltrakk seg oppmerksomhet og skapte forargelse og forakt i den seriøse kunst- og sosietetsvirkeligheten i New York. Samtidig ser vi av dette sitatet at han har byttet ut de pene klærne med dongerybukse og joggesko. Jeg oppfatter dette som enda et grep for å tydeliggjøre sin nye posisjon som kunstner og en del av en overordnet strategi. Dette er noe vi kan kalle en kostymering hos Warhol og noe vi skal komme tilbake til senere i undersøkelsen.

Leo Castelli som eide Castelli Gallery hadde ennå ikke vært i Warhols atelier, men i januar 1961 dro han dit sammen med assistenten Karp for å møte kunstneren. Ifølge Bokris åpnet Warhol døren med en barokk teatermaske foran ansiktet og gav en til Castelli og en til Karp. Rommet var innhyllt i høy, repeterende rockemusikk. Det virker for meg som om Warhol ønsket å gjøre et spesielt inntrykk på Castelli og at han bruker den barokke masken og rockemusikken som paradoksale tegn hvor skillet mellom høykultur – masken – og lavkultur – rocken – er opphevet. Samtidig er det en iscenesettelse av både seg selv og de besøkende tilstede i denne situasjonen som er med på å gjøre besøket til en uvanlig affære. Allerede her fungerer Warhol som en iscenesetter og skuespiller i sitt eget atelier, som vi skal se at blir Warhols mest utpregede funksjon på 'the Factory' noen år senere. Selv om jeg oppfatter denne iscenesettelsen som tydelig teatral, er det ikke en helt typisk Warholisk iscenesettelse. Som vi kommer til å se senere leker Warhol ofte med tegn og undergraver tegnhierarkier, men den helt uttalte iscenesettelsen med teatermasker for seg selv og andre er sjelden. Vi kunne kanskje spørre om masken er en forløper for de mørke solbrillene Warhol ofte brukte, men for å prøve å holde et fokus, er dette ikke et spørsmål jeg kommer til å besvare her. Masken understreker iallefall Warhols bevissthet om og lek med teatrale virkemidler.

Besøket var kort og Castelli avtalte å møte Warhol noen dager senere. Til Karp fortalte han at han ikke kom til å representere Warhol på grunn av likheten med Lichtenstein, men Karp mente at det

---

<sup>20</sup> V.B.: Warhol, s.140

var Warhols eksentriske stil med sin eksotiske og bohemske karakter som foruroliget Castelli.<sup>21</sup> I boken ”Pop Out – Queer Warhol”<sup>22</sup> forklares Castellis refusjon av Warhol utfra hans åpenbare homofilitet:

*“Warhol was the one great homosexual artist in New York who refused to dehomosexualize himself, and he was the one artist whom Castelli didn't recognize or take on until much later in the day.”<sup>23</sup>*

Det er tydelig her at det finnes en konflikt med Warhols legning i det kunstneriske miljøet samtidig som legningen er noe Warhol nekter å legge skjul på – tvert imot synes det som om han forsterker den gjennom sine gester og sin gange.



Campbells Soup, 1962

Bokris beskriver et besøk av Muriel Latow som et avgjørende punkt i Warhols karriere. Warhol var hele tiden på leting etter motiver og idéer som kunne skille ham fra Lichtenstein. Latow som var interiørdesigner med et galleri som gikk svært dårlig foreslo for Warhol at han skulle betale henne femti dollars for en idé. Warhol gikk med på forslaget og skrev ut en sjekk. Latow foreslo da at han skulle male det han elsket mest i hele verden – som var penger – og noe som var så vanlig at alle så det hele tiden – som en suppeboks.<sup>24</sup> Neste morgen, fortsetter Bokris, fikk Warhol moren til å kjøpe alle de 32 forskjellige smakene til Campbell's Soup. Suppeboksene ble malt i en nøktern, realistisk stil, som et portrett av hver boks mot hvit bakgrunn.

*“From the first Campbell's soup can onwards Warhol was on his purest as a conceptual artist. His talent was to recognize the right idea at the right time and know how to give it the right design.”<sup>25</sup>*

I mai 1962 fikk Warhol besøk av Ivirng Blum som eide Ferus Gallery i Los Angeles. Når Blum fikk vite at Warhol ikke hadde et galleri å vise maleriene av suppeboksene i, tilbød han Warhol å

<sup>21</sup> ibid. s.141

<sup>22</sup> Doyle, Flatley og Munoz (red.): *Pop Out – Queer Warhol*, Durham and London, 1996, s. 20-30

<sup>23</sup> ibid. s.25

<sup>24</sup> V.B.: Warhol, s.143

<sup>25</sup> ibid. s.145

stille ut i Ferus Gallery i juli samme år. Allerede før bildene ble vist, var reaksjonene på maleriene som Warhol ønsket – ”*outrage and publicity*.”<sup>26</sup> Han var inkludert i en artikkel om popkunst i mainnummeret av Time magazine, men i forhold til publisiteten bildene fikk, var utstillingen ingen suksess. Få bilder ble solgt og Blum bestemte seg for å kjøpe dem tilbake og ha de 32 bildene i sin egen samling. Mye tyder på at Warhol var fornøyd med den avgjørelsen fordi han anså disse bildene som et konseptuelt verk og det første av de repetative verkene han senere skulle bli kjent for. Campbell’s Soup verkene var alle malt for hånd, men snart ble Warhol introdusert til silketrykkteknikken som skulle gjøre det enklere å reprodusere bilder mer nøyaktig. Med silketrykkteknikken kunne Warhol velge ut fotografier som han fikk overført på en silkeduk og deretter påføre maling gjennom silkeduken og ned på lerretet. På den måten kunne han gjenta samme motiv i en maskinell maner på samme lerret eller på et annet.

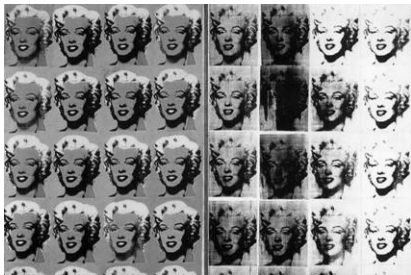
Her oppfatter jeg det som at flere av Warhols konseptuelle strategier kommer til syne; repetering som kunstnerisk prinsipp – det masseproduserte mot det originale, kunstnerens tilbaketrekning fra verket – det maskinelle mot det menneskelige, og kunstneren som en som velger fremfor å skape – den mentale aktiviteten mot den fysiske. Gjennom å repetere motiver på den måten Warhol gjør det utfordrer han den herskende forventningen til kunstverkets originalitet og autonomi. Og gjennom å distansere seg fra verket på denne måten – som er både en fysisk og en emosjonell distanse – beveger kunstproduksjonen seg i retning av noe maskinelt og fabrikkert. Kunstverkets verdi ligger på denne måten ikke lenger i det fysiske verket, men i den konseptuelle idéen bak det. Dette frigjør verkets form, fordi idéen definerer formen og materialet. Hos Warhol finner vi eksempler på dette gjennom hele hans kunstneriske virke i at han arbeider i så forskjellige medier som film, bok, musikk, tidsskrift, video mm. Og når formen er frigjort på denne måten kan alt være kunst – og alle kan være en kunstner. Hva dette innebærer skal jeg se nærmere på når jeg går inn på Allan Kaprows begreper om Happeningen. Warhols søken mot det maskinelle kommer også til syne i måten han konstruerer sin *pop persona* på. Persona kommer fra gresk og betyr maske og har i vårt moderne vokabular blitt til personlighet. Pop persona er et begrep som ofte brukes om Warhols fremtoning i det offentlige fra 1960-tallet og til hans død, og denne personaen blir oppfattet som noe han ikler seg, som en maske eller et kostyme. Warhol beskriver selv denne ’maskeringen’ i ”THE Philosophy of Andy Warhol – From A to B and Back Again” under tittelen ”Andy puts his Warhol on”<sup>27</sup>. Denne pop personaen blir på mange måter den menneskelige

---

<sup>26</sup> *ibid.* s.148

<sup>27</sup> Andy Warhol: THE Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back Again), Harcourt Brace & Company, 1975

varianten av det maskinelle som Warhol tematiserer på forskjellige måter gjennom sin kunst. Warhols pop persona fungerer også i høy grad som merkevarebygging som jeg skal se nærmere på når jeg går inn på Anne-Britt Grans begreper om teatralitet i næringslivet.



Marilyn Diptych, 1962

De fotografiene som Warhol valgte til sine silketrykk var i stor grad hentet fra Hollywoodfilmen og den voksende tenåringskulturen. Det var stjerner som Elvis Presley, Troy Donahue, Warren Beatty og Natalie Wood. Og da Marilyn Monroe tok selvmord 4. august 1962 – samme dagen som Campell's Soup-utstillingen i Ferus Gallery stengte – begynte Warhol å masseprodusere malerier med aniktet til

Marilyn Monroe som motiv. Bildet var hentet fra et publisitetsfoto for filmen *Niagara* fra 1953. Samtidig var galleristen Elinor Ward som styrte Stable Gallery i New York blitt oppmerksom på Warhol og gav ham en utstilling i november samme år. Her ble flere av de maleriene som senere er blitt kjennemerker for Warhol vist; Marilyn Monroemalerier, suppeboksmalerier, Coca Colamalerier, dollarseddelmalerier og mange flere. Den nye teknikken hadde ikke bare fullendt Warhols konseptuelle maleri, men også gjort ham enormt produktiv.<sup>28</sup>

Kritikere som beskylte Warhols arbeider for å være innholdsløse og hevdet at hvem som helst kunne ha gjort dem møtte bekræftelse fra Warhol. Og gjennom å akseptere kritikken med åpne armer gjorde han narr av den og inverterte den. Han ble fort en mester i å latterliggjøre intervjuere, som i et intervju sitert av Bokris;

“Do you think pop art is –“

‘No,’ he replied.

‘Do you think pop art is –‘

‘No,’ he replied. ‘No, I don’t.’”<sup>29</sup>

Den sosiale kritikeren Tom Wolfe skrev om Warhol at han skapte Holdningen, mens kunstnere før ham hadde Ideologien. Den holdningen han snakker om er en ‘campy’ holdning. Istedet for å ta avstand fra den kommersielle kulturen og kitchen, omfavner Warhol den på en spesiell måte, med en ironisk distanse som tillater ham å glede seg over det som er ‘tacky’ men som fremdeles

---

<sup>28</sup> V.B.: Warhol, s.148

<sup>29</sup> *ibid.* s.158

stiller ham over eller utenfor det.<sup>30</sup> Kjetil Rolness gir en definisjon av denne Holdningen i boken ”Vulgær og vidunderlig – en studie i utsøkt dårlig smak”;

*”Camp er både en synsmåte (en smak) og en væremåte (en stil), og bygger i begge tilfeller på en selsom blanding av affektasjon og innlevelse. Camp-attitydens opprinnelse søkes hos adelskapet, i storbyen, og i de homoseksuelle miljøer – og dens forfall i ”intimiseringen” av det offentlige liv i forrige århundre.”*<sup>31</sup>

Og senere setter Rolness opp ’kitchen’ mot ’campen’ på denne måten;

*”Camp er distansert og selvbevisst. Kitch er naiv innlevelse. Camp lar alt utarte til maner. Kitch er manerens lykkelige uvitenhet. Camp-eksponenten ønsker å more. Kitch-kunstneren vil bevege og imponere. Camp-tilskueren dras mot det oppstyltede og outrerte, kitch-elskeren mot det vakre, romantiske.”*<sup>32</sup>

Senere i denne undersøkelsen skal vi se at teatraliteten ofte settes opp mot autentisiteten på en lignende måte, som f.eks. hos Anne-Britt Gran. Her er det det teatrale som er bygget på en distanse og en selvbevissthet og det autentiske som er ”manerens lykkelige uvitenhet.” Slik jeg ser det er ’camp’ en teatral holdning – en overflatisk og underholdende lek som rettes mot et blikk. Og denne leken er en reaksjon på kravet om alvor og ekthet i det autentiske.

## **Warhol på kunstscenen – pop personaen i det sosiale og Warhol som regissør**

*”In the autumn of 1962 Andy went out to openings, dinners and parties every night. To him going out at night was, and always would be, work. His arrival at events began to have an effect. /.../ Andy would never go anywhere alone but made a point of gathering around him the most attractive, sexiest women on the scene.”*<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> ibid.

<sup>31</sup> Kjetil Rolness: Vulgær og vidunderlig – en studie i utsøkt dårlig smak, Oslo 1992, s.17

<sup>32</sup> ibid. s.38

<sup>33</sup> V.B.: Warhol, s.161

Warhol ble i begynnelsen svært ofte sett på fester og åpninger sammen med den kvinnelige kunstneren Marisol, og galleristen Ruth Klingman. Klingman hadde status som muse for de abstrakte ekspressjonistene og satt i bilen til Jackson Pollock den natten han kjørte seg ihjel. Begge kvinnene var slående vakre og hadde en intim tone med Warhol. Marisol og Klingman som var gode venninner lenge før de møtte Warhol, sluttet å snakke sammen på grunn av sjalusi i forhold til Warhol. Bokris beskriver hans nærver på kunstscenen på denne måten;

*”Andy was a walking threat to a majority of the people on the scene. His affiliation with commercial art, his strange alien appearance, that pale slab of a Slavonic face inscrutable and silent beneath its blond wig, his notoriety and the steady hint of homosexuality all confounded and embarrassed them. Stealing the beautiful young darlings of the art world away from the establishment and appropriating them, seemingly, as his girlfriends was a brilliant, threatening move. It confused people. It partially masked his homosexuality, leaving him less open to homophobia than he might have been, it associated him with the great painters they had been close to, and drew more media attention to him than he might otherwise have got. Andy knew that the photographers were more likely to take his picture if he was standing next to a beautiful woman.”<sup>34</sup>*

Jeg oppfatter det som en strategi fra Warhols side å dukke opp på utvalgte steder med vakre kvinner ved sin side. Warhol hadde en fortid innen reklamen og moteverden og visste hvordan man kan skape interesse for et produkt gjennom å knytte det til ting og situasjoner som gir positive – og gjerne seksuelle – assosiasjoner. Denne strategien bruker han for å oppnå mediainteresse gjennom å knytte seg til kvinnelig skjønnhet. Som vi skal se hos Baudrillard har skjønnheten en spesiell funksjon i konsumersamfunnet. Kvinnene han velger fungerer som tegn – de gir på galleriåpning og på fest i kunstverden assosiasjoner til ’de store mestrene’ fra abstrakt ekspressjonisme og skaper forvirring – og mest sannsynlig misunnelse. Warhol knytter seg konsekvent til ladede tegn gjennom hele sin karriere ut fra en forståelse om at tegn tiltrekker seg andre tegn – f.eks. knytter han seg til berømteter og oppnår selv å bli berømt. Og gjennom hele resten av 1960-tallet knytter han seg til kvinner som er berømte for sin skjønnhet og gir dem og seg selv mer berømmelse når han presenterer dem som ’superstars’ i filmene sine. Hvordan Warhols filmproduksjon og ’superstars’ fungerte skal jeg se nærmere på nedenfor.

---

<sup>34</sup> ibid. s.167-168





Warhol og Malanga.

Mot slutten av november 1963 flyttet Warhol atelieret sitt til et gammelt fabrikk- og lagerlokale på 231 East 47th Street. Dette var Warhols første 'Factory'. Her begynte Warhol og malerassistenten Gerard Malanga å arbeide på Warhols første skulpturer, som var en mengde treesker som skulle ligne på pappesker til å frakte varer i og med logoer fra kjente varemerker som Brillo såpe, Del Monte fersken, osv. Disse skulpturene skulle vises i Stable Gallery i 1964. Samtidig hadde Warhol begynt å eksperimentere med film. I juli 1963 hadde han anskaffet et filmkamera og filmet en sovende venn i filmen "Sleep". I november fikk han fremkalt filmen og den ble vist på et loft på Manhattan for bl.a. Jonas Mekas<sup>35</sup> som var en viktig person i New Yorks undergrunnsfilmmiljø. Warhol produserte fort flere filmer, hans filmer ble stort sett laget gjennom å sette opp kameraet og filme kontinuerlig til filmen tok slutt – som tok ca. tre minutter. Motivene var dagligdagse handlinger av noen som spiser, kysser e.l. Filmene var i sort/hvitt og ble klippet sammen slik at de varte uvanlig lenge. "Sleep" f.eks. varte i seks timer med få kameravinkler.

Mens Warhol holdt på med Brilloboksene og de andre boksene til utstillingen i Stable Gallery og mens han fortsatte å lage filmer, begynte Billy Linich som Warhol hadde møtt i et bokollektiv på Lower East Side å forme Warhols 'Factory'. Linich var i begynnelsen av 20-årene og hadde en fascinasjon for sølvfarve og amfetamin. Han dekket hele 'the Factory' med sølvfolie og etter det ble Warhols studio gjerne kalt 'the Silver Factory'. Mens Linich jobbet med å dekke rommene med folie, flyttet han inn og laget seg et lite oppholdssted bakerst i bygningen og sov på gulvet. Straks Linich flyttet inn begynte Linichs venner å komme på besøk til 'the Factory'. Disse menneskene var, som Bokris beskriver dem;

*"talented misfits, most of them gay, who shared two important characteristics: they embodied a camp sensibility, marked by a spirit of theatrical extravagance, outrage and excess; and they took amphetamine."*<sup>36</sup>

<sup>35</sup> Jonas Mekas var direktøren for The Film-Makers' Co-operative hvor alternative filmskapere og kunstnere kunne vise filmene sine og hvor det var enorm aktivitet på begynnelsen av 1960-tallet og utover.

<sup>36</sup> V.B.: Warhol, s.192



Warhol og  
'superstar' Edie  
Sedgwick

Warhol ble fort fascinert av disse menneskene som her beskrives som *teatrale* og med en 'camp' sensibilitet. Warhol mente at dette var personer som hadde stjerne kvaliteter, men intet stjerneego, og mange av dem skulle senere opptre i Warhols filmer som såkalte 'superstars'. Den første av Warhols 'superstars' var Baby Jane Holtzer som i 1964 ble kåret til årets jente av Tom Wolfe og som hadde spilt i Warhols film "Kiss" som ble filmet i overgangen mellom 1963 og 1964. Warhol eskortet henne til åpninger, fester og rockekonsserter og oppnådde mer oppmerksomhet fra pressen. Her ser vi igjen at Warhol bruker mennesker med en viss status for å oppnå egen status. Under innflytelse fra sin nye omgangskrets på 'the Factory' begynte Warhol å endre sin fremtreden;

*"The new Warhol dressed in a muscle man's S & M black leather jacket, tight black jeans (under which he wore pantyhose), T-shirts, high-heeled boots, dark glasses and a silver wig to match his silver Factory. Sometimes he emphasized his pallor and Slavonic features with make-up, and wore nail polish. He looked clean, hard and arrogant and was now very thin. He hardly ever laughed. He rarely spoke in public and when he did it was in a new disembodied voice that sometimes sounded like Jackie Kennedy talking on television, was laced with several layers of sarcasm and contempt and tended to repeat single words over and over like 'Marvellous'."*<sup>37</sup>

Det er tydelig at Warhol her går lenger i en strukturering av sin pop persona. Klesstilen hans blir mer definert og han oppfattes som hard, ren og arrogant. Han bruker sminke for å fremheve sin bleke hud og sine slaviske trekk, samtidig som han reserverer seg og unngår å le eller snakke i det offentlige – og hvis han snakker er det med sarkasme og han bruker bare enkle ord. Vi skal se på denne struktureringen av rollen senere i forbindelse med Richard Schechners begrep om 'restored behavior' og 'rehearsal-workshop'-prosessen. I 1964-1965 leier han også inn fotografen David McCabe for å dokumentere et år i hans liv. Disse bildene var ment å bli en bok, men Warhol holdt dem igjen og de ble først gitt i bokform i 2003 under tittelen "A Year in the Life of Andy Warhol"<sup>38</sup>. I denne boken antydes det at Warhol holdt igjen bildene for å skjule en variant av sin pop persona som han ikke ønsket å offentliggjøre, samtidig som han brukte bildene for å

<sup>37</sup> *ibid.* s.195

<sup>38</sup> David McCabe (photo) & David Dalton (text): A Year in the Life of Andy Warhol, Phaidon Press Limited, 2003

strukturere sin pop persona enda tydeligere. Denne boken skal jeg også undersøke i forhold til Schechner og hans begreper om 'restored behavior' og 'rehearsal-workshop'-prosessen da jeg oppfatter dette som en bevisst bruk av fotografi fra Warhols side for å se hvordan hans pop persona fungerte for det maskinelle øyet – kameraet – og restrukturere den for å fjerne elementer som han mente ikke fungerer og utdype elementer som fungerer.



Warhol 1964

Warhols utstilling på Stable Gallery åpnet 21.april 1964 og boksene var stabled for å minne om et varehus. Utstillingen var veldig kontroversiell og skapte et dypere skille mellom den nye kunsten og den abstrakte ekspresjonismen. Etter åpningen ble det holdt en stor fest på 'the Factory' og det var det første offentligheten fikk se av 'the Factory'. Denne kvelden markerte et vendepunkt i Warhols karriere og etter festen ble Warhol aldri avbildet sammen med de andre popkunstnerne i gruppeportretter igjen. Fra da av ble Warhol kun avbildet sammen med sin egen gruppe, og det markerte en generell distansering fra popkunstverden som ble symbolisert gjennom en uoverensstemmelse med Robert og Ethel Scull<sup>39</sup>. Warhol var nå i en underlig posisjon fordi navnet hans var kjent utenfor kunstverden i den grad at navnet hans ble synonymt med popkunst, likevel solgte ikke arbeidene hans særlig godt. Etter publikumssuksessen om ikke salgssuksessen Warhol oppnådde på Stable Gallery skiftet Warhol galleri til Castelli Gallery.

Herfra eskalerer Warhols karriere og 'the Factory' blir sentrum for den nye utviklingen i Warhols kunstneriske virke. 1964 hadde vært et produktivt år for Warhol hvor arbeidene hans var blitt vist i stor utstrekning både i Statene og i Europa. I mai 1965 stilte Warhol ut malerier av silketrykte blomster på Sonnabend Gallery i Paris. I en presseuttalelse i forbindelse med utstillingen fortalte Warhol at han fra nå av hadde trukket seg tilbake fra maleriet som medium og ville fokusere på film.<sup>40</sup> 'The Factory' får nå funksjonen som filmstudio for Warhols nye rolle som filmprodusent. Warhol produserte mange filmer i hurtig tempo og alle som var innom 'the Factory' kunne få en rolle i en av hans filmer. Filmene ble mer og mer ekstreme i innhold og viste ofte eksplisitte seksuelle situasjoner mellom heteroseksuelle, homoseksuelle og bi-seksuelle gjerne i grupper, og ellers viste filmene narkotikabruk og generell galskap og dekadanse.

<sup>39</sup> Et ektepar som hadde investert mye i Warhols tidlige arbeider.

<sup>40</sup> V.B.: Warhol. s.224

*”He chose for his performers mostly very young, beautiful, psychologically unstable people, and by lending them his approval, interest and support he drew from them their most intense presentation of themselves.”<sup>41</sup>*



’Superstar’ Ultra Violet, Warhol og ’superstar’ Viva.

Jeg oppfatter det som at Warhol her fungerer som regissør eller iscenesetter – et blick – som unge, vakre og ustabile mennesker kunne opptre for, både på film og i det virkelige liv. Dette blikket som beskrives av Stephen Koch i boken ”Stargazer – the Life, World and Films of Andy Warhol”<sup>42</sup> som ’voyeuristisk’, passivt og distansert skal jeg komme nærmere inn på senere.

’The Factory’ beskrives av Van M. Cagle i ”Reconstructing Pop/Subculture – Art, Rock, and Andy Warhol” som et sted hvor popkunst og hverdagsliv smeltet sammen til en ’pop’ livsstil.<sup>43</sup> Klientellet på ’the Factory’ varierte fra kunskritikere, gallerieiere, kunstsamlere, amfetaminbrukere, kunstnere, eksentrikere til dansere, poeter, skribenter, transvetitter og prostituerte gutter. ’The Factory’ var åpen for alle som ønsket å komme innom, og den var åpen døgnet rundt. Warhol rettet kameraet mot alle, og han plukket opp idéer fra alle som var innom. Det var på mange måter blitt den kunst-og kulturfabrikken som Warhol drømte om – på mange måter hans eget personlige Hollywood – ’the dreamfactory’. Cagle beskriver ’the Factory’ som et sted hvor alle kunne skape seg en identitet som stjerne;

*”[T]he Factory encouraged the reinvention of self, which subsequently involved the adoption of spectacular, shocking, and transformative styles. In this sense, Warhol enfranchised a number of subaltern individuals by providing them with a social environment whereby they could try on roles and take on the qualities of celebrities with little struggle”.*<sup>44</sup>

På ’the Factory’ kunne man altså prøve ut roller eller identiteter. Slik jeg oppfatter det tilrettela Warhol – som selv hadde beveget seg ut i en iscenesettelse av sitt ytre som pop persona – et miljø

<sup>41</sup> ibid. s.206

<sup>42</sup> Stephen Koch: Stargazer – the Life, World and Films of Andy Warhol, Marion Boyars Publishers LTD 2002 (første utgave; 1973)

<sup>43</sup> Van M.Cagle: Reconstructing Pop/Subculture – Art, Rock, and Andy Warhol, Sage Publications, 1995, s.66

<sup>44</sup> ibid. s.71

hvor andre kunne følge i hans fotspor, ikke gjennom å imitere ham, men gjennom å skape sin egen variant – sin egen pop persona. Det handlet om å gjenskape seg selv gjennom det spektakulære og sjokkerende. Disse unge individene som kom innenfor Warhols system av vedvarende iscenesettelse, fungerte på samme måte som kunstneren Marisol og galleristen Ruth Klingmann ovenfor – de fungerte som tegn som forsterket Warhols egen posisjon.



Warhol 1967

Stjernestatus og berømmelse var ledemotivene på 'the Factory'. Var man med i en Warhol film og vanket på 'the Factory' eller ble sett sammen med Warhol på åpninger, fester osv. fikk man gratis publisitet og fikk en kortvarig berømmelse. Svært få av de talentfulle 'misfits' som deltok i Warhols filmer og prosjekter klarte seg utenfor 'the Factory'-systemet. Men noen som overlevde i det offentlige etter Warhol var Velvet Underground, et rockeband som bestod av bl.a. Lou Reed og John Cale.

Ifølge Cagle ble Velvet Underground knyttet til 'the Factory' i januar 1966.<sup>45</sup> Velvet Underground ble tilpasset 'the Factory' livsstilen og Warhol introduserte sin nye 'superstar' Nico – en europeisk modell som hadde spilt i Fellinis *La Dolce Vita* – som vokalist for bandet. Lou Reed skrev nå sanger som passet til Nicos dype monotone stemme, og han laget tekster som handlet om det som skjedde på 'the Factory', som "All Tomorrows Parties", "Sunday Morning" og "Heroin". Warhol som nå jobbet videre med å smelte sammen livet og kunsten, bestemte seg for å igangsette et nattklubbprosjekt hvor filmer kunne vises på veggene, mens musikk runget og folk festet og danset. Denne multimediahendelsen fikk navnet "The Exploding Plastic Inevitable" og åpnet på et sted som ble kalt 'the Dom' 1.april samme år.

Etter en mislykket turné i California sommeren 1966, og en lp-utgivelse som heller ikke ble noen direkte suksess våren 1967, kuttet Warhol og Velvet Underground båndene og Velvet Underground etablerte seg i Boston hvor det var en mer fruktbar scene for det som senere skulle bli kalt 'glitter rock' og som Velvet Underground og Iggy Pop i statene og David Bowie i England skulle bli de store representantene for.<sup>46</sup> Hos Cagle blir Warhol kreditert med den teatrale opprinnelsen til fenomenet 'glitter rock' hvor popartistene gjenskapte seg selv på samme måte som de som vanket på 'the Factory'.

---

<sup>45</sup> ibid. s.83

<sup>46</sup> ibid.

'The Factory' var på sin høyde som sosialt eksperiment og scene for ustoppelige happenings fra 1964 til og med 1967. I begynnelsen av 1968 flyttet Warhol 'the Factory' til 33 Union Square West.<sup>47</sup> Den nye 'fabrikken' var preget av å være mer kontorlokaler enn festlokaler. De utagerende og endeløse festene var flyttet ut av Warhols atelier til byens utesteder, i særlig grad Max's Kansas City hvor Warhol og hans gruppe hadde en spesiell posisjon bakerst i de mer celebre delene av lokalet. Og mange av de som tilhørte Warhols nærmeste på midten av sekstitallet forsvant ut av hans omgangskrets, som f.eks. Gerard Malanga som både hadde vært Warhols malerassistent gjennom nesten hele sekstitallet og en av Warhols viktige mannlige 'superstars'.



Warhol 1968

Mandag 3. Juni 1968 ble Warhol skutt av Valerie Solanas. Bokris beskriver skyteepisoden som en hendelse som symboliserte at 'the Silver Factory'-perioden var over.<sup>48</sup> Warhol overlevde så vidt, men var for alltid så skremt av episoden at han begynte å trekke seg unna de gamle bekjentskapene fra den første 'fabrikken'. Slutten av 1960-tallet og hele 1970-tallet er for Warhol og hans nye medarbeidere preget av forretninger. Filmene blir i Paul Morrisseys regi mer narrative og begynner etterhvert å tjene penger. Warhol selv vender tilbake til maleriet og gjør seg rik på å portrettere sosietetspersoner i New York og andre steder. Og med hjelp av Bob Colacello gjør Warhol Inter/view Magazine – Warhols filmmagasin – til et inntektsbringende kultur- og gossipmagasin som i stor grad handler om Warhols egen omkrets av kjendiser og rikinger.<sup>49</sup>

Mens 1970-tallet for Warhol er preget av seriøs nettverksbygging i filmbransjen og kjendisverden, er åtti-tallet preget av en retur til kunsten. Dette er en forenkling fordi jeg ikke har mulighet i denne oppgaven til å se på alle nyansene av Warhols kunst og liv. På begynnelsen av 1980-tallet vokser det frem en kunst som er tydelig påvirket av Warhol og popkunsten med emblemer fra konsumerkulturen, men innhyllet i andre grafiske uttrykksformer. Grafittikulturen har beveget seg fra murveggene rundt omkring i byen og inn i galleriene. Warhol gjør nå et nytt inntog i New York som nesten ikke har vist Warhols kunst gjennom hele 1970-tallet. Warhol har som Elvis gått fra å være kjent gjennom sine arbeider til å bli kjent for å være seg selv. Folk vet

---

<sup>47</sup> V.B.: Warhol, s.290

<sup>48</sup> ibid.

<sup>49</sup> ibid. og B.C.:Holy Terror

hvem Warhol er fordi de har sett ansiktet hans i avisen, på tv e.l. uten å vite at han er kunstner eller kjenne til arbeidene hans. Og dette kan kanskje sies å være reell stjernestatus, når man utelukkende er kjent for sitt ytre løserevet fra de tingene man har produsert.

## Oppsummering av Warhol så langt

I denne delen har jeg sett på Warhols biografi og introdusert ham som teatralt fenomen. Som vi har sett blir Warhol tidlig etter sin entré i New York involvert med dansere og skuespillere og deres bohemske tilværelse og begynner gjennom dem å utforske den homofile undergrunnen. Han beudrer Truman Capote – den vellykkede homofile dandy som sjarmerer overklassen og som i kraft av sin status og karakter er ønsket i det gode selskap. Warhol selv trakter etter en lignende berømmelse, og han begynner fra 1953 å imitere dandystilen, om ikke spesifikt Capotes egen stil. Samtidig begynner Warhol å bruke parykk for å skjule sin skallethet, og etterhvert fremhever Warhol sin manglende skjønnhet og sine fysiske svakheter og skaper seg en fremtreden som oppfattes som eksentrisk og unik. Også Warhols legning blir et tegn på individualitet. Jeg oppfatter det som bevisst fra Warhols side å bruke legningen som tegn i et forsøk på å skille seg fra andre og definere sin identitet utad.

Han oppnår berømmelse som kommersiell tegner, men ønsker en anerkjennelse som kunstner og på begynnelsen av 1960-tallet fokuserer han på malerier. Han begynner samtidig å endre sin væremåte, sin fremtreden, måten han snakker på, han tydeliggjør parykken og han overdriver sine spesielle trekk – som måten han går på. Bokris mener at denne prototypen på Andy Warhol Kunstneren i stor grad er basert på Marlon Brando og Marilyn Monroe. Det er interessant at Bokris her trekker inn populærkulturelle ikoner som opphav til Warhols pop persona, både fordi Warhols kunstneriske virke er dominert av disse og fordi han på denne måten identifiserer seg med massekulturen snarere enn høykulturen.

Sammen med sin nye stil, skaper Warhol gjennom omgang med vakre kvinner mediainteresse og forvirring om hans legning. I tillegg benytter Warhol seg av det Tom Wolfe kaller Holdningen – en ironisk distanse – som grep i intervju sammenhenger og i forhold til kunsten og virkeligheten. Alt som Warhol nå foretar seg faller innenfor hans popkunst som er konseptuell; Warhol oppfatter alt han gjør som arbeid – også å gå på fester, kunståpninger og middager. Slik jeg ser det kan Warhols pop persona også oppfattes som en del av det popkunstneriske konseptet hans.

Denne pop personaen, eller kunstnermyten, knytter livet og kunsten sammen på en ny og oppslukende måte.

Videre oppfatter jeg det som om 'The Factory' fungerer som scenario for denne sammensmeltningen av kunsten og livet som Warhol igangsetter. Her inviteres alle som vil til å skifte, prøve og strukturere identiteter. Mange av dem som kommer innom og florerer rundt Warhol har den samme 'campy' holdningen som ham selv, og de beskrives gjerne som teatrale og utagerende. Som sentrum i denne vedvarende iscenesettelsen gjør Warhol sitt eget image enda tydeligere enn før; han får en mer hard og mekanisk stil og går langt i retning av å bli maskinell. På denne tiden går Warhols navn over til å bli synonymt med popkunst i den almene bevissthet. Den posisjonen Warhol har oppnådd som berømt kunstner gir ham en unik mulighet til å iscenesette de teatrale unge 'misfits' i sitt bilde. Femten minutters berømmelse blir lovet til alle som gjenskaper seg selv i Warholsk maner. Med Warhols blikk og kamera på dem kan de eskalere til stjerner. Samtidig gir filmene som lages på 'the Factory' og livet som leves av Warhol og hans omkrets mediaoppmerksomhet og mer berømmelse. Det er et maskineri som produserer og konsumerer berømmelse på løpende bånd.

Etter drapsforsøket på Warhol sommeren 1968 omstrukturerer Warhol 'the Factory' som foretak og bedrift. Den åpne iscenesettelsen og identitetsleken fra den første 'fabrikken' erstattes av mer forretningsbaserte iscenesettelser på den nye 'fabrikken'. Men i og med drapsforsøket har Warhol oppnådd en ny grad av berømmelse, og han begynner å gjøre seg nye og flere bekjenskaper i sosieteten og i kjendisverden.

Fokuset mitt i denne undersøkelsen av Warhol vil utelate mange deler av hans liv og kunstneriske virke, men det jeg ønsker å se på er hvorledes han bygger opp sin berømmelse og knytter den sammen med popkunsten som retning og idé og hvorvidt det på noen måte speiler samfunnet han lever i – det vil i denne oppgaven si konsumersamfunnet slik Jean Baudrillard beskriver det i sin bok "The Consumer Society – myths and structures"<sup>50</sup>.

---

<sup>50</sup> Jean Baudrillard: *The consumer society – myths and structures*, Sage Publications London, Thousand Oaks & New Dehli 1998



## Del 3

# Om Jean Baudrillard og konsumersamfunnet

*”You can be watching TV and see Coca-Cola, and you can know that the President drinks Coke, Liz Taylor drinks Coke, and just think, you can drink Coke too. A Coke is a Coke and no amount of money can get you a better Coke than the one the bum on the corner is drinking. All the Cokes are the same and all the Cokes are good. Taylor knows it, the President knows it, the bum knows it, and you know it.”<sup>51</sup>*

---

<sup>51</sup> Andy Warhol: THE Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back Again), Harcourt Brace & Company, 1975 s. 100-101

## Innledning

I boken “Jean Baudrillard”<sup>52</sup> åpner Richard J. Lane med å skissere ut noen av de mest innflytelsesrike filosofer og teoretikere i Frankrike i den tiden da Jean Baudrillard studerte og underviste ved universitetet i Nanterre. Siden det hjelper oss å plassere Baudrillards tanker både historisk og filosofisk, skal jeg innledningsvis se på Georges Bataille og strukturalismen, før jeg vender meg til Baudrillard.

Georges Bataille (1897-1962) utviklet i 1920-og 1930-årene en teori basert på det overflødige (overdrevne, urimelige), dvs søppel, ekskrementer, overskudd, det ulogiske og det irrasjonelle. I essayet “The Notion of Expenditure” hevder Bataille at moderne samfunn er funksjonelle, med to hovedaktiviteter: produksjon og bevaring av varer, og reproduksjon og bevaring av menneskelig liv. For å passe med denne etikken må forbruket ikke overdrives, men være konservativt. Bataille snakker om to former for forbruk – det minimum av forbruk som må til for å opprettholde menneskets produksjonsevner, og et overdrevent forbruk som ikke har noen annet hensikt enn seg selv, som luksus, krig, spill, lek, kunst, teater og pervers seksuell aktivitet, for å nevne noen. En av de viktigste begrepene om forbruk som Bataille opererer med og som Baudrillard plukker opp, er hentet fra indianere som holder til på nordvest kysten av Kanada og kalles for potlach.

*“The potlach is a ceremony that usually takes place at traditional moments such as puberty, weddings and funerals. The fundamental process involves the giving of excessive gifts to the attendees, gifts that have considerable value.”*<sup>53</sup>

Potlachen handler mer om konkurranse enn om giverglede, hensikten med gaven er at den skal være så overdreven og så eksklusiv at den har en ydmykende effekt på mottakeren. Den som har mottatt gaven og ydmykelsen må svare på utfordringen ved å gi tilbake en gave av enda høyere verdi enn den mottatte gaven. I tillegg til giverhandlingen er det en annen mektigere handling som fascinerer Bataille, nemlig “*the destruction of wealth, which reunites the potlach*”<sup>54</sup>. Det som ødelegges i dette ritualet er teoretisk sett offergaver til givernes mytiske forfedre. Dette systemet opererer på yttergrensen til det funksjonelle og krysser frem og tilbake mellom det økonomiske og det uøkonomiske, det rasjonelle og det spirituelle, det produktive og det uproduktive.

---

<sup>52</sup> Richard J.Lane: *Jean Baudrillard*, Routledge 2000 (London and New York)

<sup>53</sup> *ibid.* s.14

<sup>54</sup> *ibid.* s.14

*“Baudrillard recognizes Bataille as a key thinker who can go beyond the strictures of Hegel and Marx not in a simplistic sense of “opposing” Hegel and Marx (because then as an “antithesis” such opposition can be subsumed by the dialectic to reach a “higher” position which has conserved the original values in the process), but in the more radical, creative sense of working at the limits of the Hegelian and/or Marxist thought.”<sup>55</sup>*

Interessen for Bataille signaliserte også en utvidet interesse for antropologi. Claude Lévi-Strauss skrev boken “Anthropologie structurale” (1958) og den fungerte som et strukturalistisk manifest. På begynnelsen av 1960-tallet var de fleste franske intellektuelle med i en diskusjon omkring strukturalismen, noen prøvde å forene den med marxismen eller eksistensialismen, og noen satte den opp mot disse tanke-systemene.

Strukturalismen er en intellektuell bevegelse som har viet stor interesse til Ferdinand de Saussures (1857-1913) teorier, særlig hans påstand om at et tegn/*sign* er satt sammen av en *signifier* og en *signified*, og at et tegn ikke kan stå i stedet for en ting eller et objekt i verden, men at sammenhengen mellom tegnet og tingen er arbitrær, dvs tilfeldig. Tegnet fungerer for oss fordi det tilhører et tegnsystem. Strukturalistene er interessert i å studere disse tegnsystemene og hvorledes de fungerer.

Roland Barthes (1915-1980) hevdet at forfatteren er død, dvs forfatteren som en nøkkel til mening om verket er umulig fordi forfatteren ikke lenger kan regnes som et skapende subjekt som henter inspirasjonen fra sitt myldrende indre. Verket kan ikke studeres i forhold til forfatterens biografi, men i forhold til de meningsstrukturer som finnes innenfor verket selv. Jacques Derrida har tatt denne lesningen videre og hevdet at det ikke finnes noenting utenfor teksten. Strukturalismen brøt også med den hegelianske teleologien – den idéen at et fenomens betydning genereres av dets mål.

Michel Foucaults “Les Mots et les Choses” fra 1966 sendte mindre sjokkbølger gjennom det franske samfunnet fordi den erstattet Nietzsches og Satres begrep om guds død med et begrep om menneskets død. Hos Nietzsche refererer guds død til det dionysiskes forsvinning i det moderne samfunn hvor den sokratiske logikken har tatt livet av det irrasjonelle og det inderlige. Med menneskets død kunne man kanskje foreslå at det moderne subjektet – det rasjonelle selvet som

---

<sup>55</sup> *ibid.* s.15

skaper mening og foretar valg er blitt erstattet av strukturer og systemer. Her kan jeg være fristet til å antyde en bakgrunn for Warhols 'maskinelle' teatralitet. Slik jeg oppfatter det har det romantiske subjektets autentisitet mistet sin posisjon hos Warhol og blitt erstattet av en (tilsynelatende) rasjonell og logisk objektets teatralitet. Men for ikke å foregripe mine slutninger skal jeg komme tilbake til dette senere.

Studentopprøret i mai 1968 ble oppfattet som et bevis mot strukturalismens deterministiske systemer på grunn av sin karakter av å være aktivt og spontant. Det at dette opprøret spredte seg utover blant studenter i mange land i en samlet reaksjon på den politikken som ble ført i vesten, og det kapitalistiske systemet generelt, ble oppfattet som en bekreftelse på eksistensialismens bud om det individuelle valget og marxismens bud om at en forenet front mot makten kan overstyre systemet. På denne tiden ble også Vietnam-krigen (1959-1973) en internasjonal politisk sak, og USA fremsto som den autoritære staten som skruppelløst tvang kapitalismen frem overalt. Men en meningsmåling blant franske studenter fra november 1968 viser at over 50 prosent trodde at studentopprøret gjaldt redsel for den fremtidige arbeidssituasjonen.<sup>56</sup>

På denne tiden underviste Baudrillard på Nanterre – selve sentrum for studentopprøret – og han undersøkte marxismen fra et strukturalistisk ståsted. I sin bok "For a Critique of the Political Economy of the Sign" fra 1972 kommenterer Baudrillard mai-opprøret under tittelen "Requiem for the Media". Her kaller han den overskridende studenthandlingen på Nanterre i mai for *symbolsk*. Baudrillard antyder her at "*the university is a site of knowledge transmission, with no inbuilt space for exchange of views or alternative positions.*"<sup>57</sup> Baudrillard mener med dette at det er ideologiske problemer involvert i universitetssystemet som fungerer gjennom en kode som forhindrer respons eller utveksling på et fundamentalt nivå. Hendelsene på Nanterre er *symbolske* fordi de bryter denne overføringen av koden og forsøker å sette inn dialog for de akademiske monologene de erstatter. "*The "symbolic" is a notion which functions like Bataille's "waste" or "excess" – the notion of expenditure that attempts to fracture the Hegelian dialectic.*"<sup>58</sup> Det er selve hendelsen som er symbolsk, ikke resultatet av hendelsen eller de hendelsene som følger denne første hendelsen og som media og andre forsøker å kontrollere gjennom sine fortolkninger.

---

<sup>56</sup> *ibid.* s.19

<sup>57</sup> *ibid.* s.21

<sup>58</sup> *ibid.* s. 22

Den funksjonen media hadde i mai-revoltene var å aksellerere folks grad av involvering og fremskynde en avgjørelse i forhold til hvilken rolle de selv ønsker å ha i oppstandene. Media er kun interessert i en endeløs reproduksjon av forestillingen om at en *revolusjon* er igang – medias funksjon er sosial kontroll og gjennom akslerasjon og reproduksjon av det singulære (revolusjonen) blir kompleksiteten av hendelsene på gateplan kortsluttet og dermed degradert. Media er det som til enhver tid forhindrer respons, og det som gjør alle prosesser av utveksling umulige. Media er dermed en struktur eller et system som fungerer etter den samme formen som de akademiske monologene som studentene gjorde opprør mot.

## Et system av objekter og teknologi

I 1966 forsvarte Jean Baudrillard sin doktoravhandling “Le Système des objets” på Universitetet i Paris X-Nanterre. Her undersøker Baudrillard teknologien og dens funksjon som en av nøkkelkomponentene i struktureringen av den postmoderne verden. Baudrillard viser hvorledes det teknologiske objektet blir formet for å tilfredstille menneskets fantasi og begjær. Teknologien representerer fremtiden og vi definerer samfunnet gjennom den teknologien som brukes, som for eksempel “stenalderen”, og vi plasserer disse definisjonene inn i en linjær, progressiv modell av teknologisk forbedring og utvikling.<sup>59</sup> Baudrillard kritiserer både forestillingen om teknologien som enhetlig progressiv og forestillingen om teknologien som apokalyptisk, og foretrekker å undersøke detaljert hvilken påvirkning det teknologiske objektet har på individet og samfunnet.<sup>60</sup>

I “Le Système des objets” ser Baudrillard på det begynnende konsumersamfunnet i det moderniserte Frankrike. Han beskriver hvorledes det som mangler hos det menneskelige subjektet – som sosial status – kan investeres i objektet. Den formen et objekt får er derfor ikke nødvendigvis den mest hensiktsmessige i forhold til sin bruksfunksjon. Reell funksjonalitet blir underordnet en stereotyp idé om funksjonalitet, og reell progressjon og fremskritt blir underordnet en form – et design – og en mytologi som gir bud om progressjon og fremskritt.

Baudrillard snakker om tre nivåer av representasjon eller *simulasjon*. Det første nivået er en åpenbar kopi av virkeligheten, det andre er en kopi så god at den visker ut grensene mellom virkelighet og representasjon, og det tredje nivået produserer en egen virkelighet som ikke er

---

<sup>59</sup> *ibid.* s. 27

<sup>60</sup> *ibid.* s.28

direkte basert på virkeligheten. Dette tredje nivået av simulasjon hvor modellen kommer før den konstruerte verden, kaller Baudrillard for *hypervirkelighet*.<sup>61</sup>

Baudrillard hevder at på mange måter er det barokken som er den virkelige moderne periode. Dette er fordi “*there’s no true development of the technological object, just a kind of abstraction (objects become mere lifestyle accessoires)*”<sup>62</sup>. I Baudrillards samtid er objektet overtatt av fantasien, og dets viktigste funksjon er ornamentering:

*“the technological object is not practical, but obsessional; not utilitarian, but functional (always in an abstract sense): the object or gadget no longer serves the world, performing some useful task – it serves us: our dreams and desires of what objects can and should do.”*<sup>63</sup>

Dette kan kalles *hyperfunksjonalitet* siden det ikke lenger handler om en reell funksjonalitet. Vi spør ikke lenger *hvordan* en maskin virker eller hva den gjør, men *om* den virker. Baudrillard kaller denne typen objekter for *machin*, som i den engelske oversettelsen av “Les Système des objets” kalles for *gizmo*.

*“The gizmo is a myth-making device because it operates not through clear logical reason, but according to the fragmented personal mythologies of the individual user – for example, the person who believes that an aeroplane only really stays in the sky during a flight due to their own intense concentration.”*<sup>64</sup>

På denne måten blir *the gizmo* et objekt som fungerer i den imaginære verden snarere enn i den virkelige verden. *The gizmo* er konstruert etter en modell av ren funksjonalitet og på denne måten tilhører den *hypervirkeligheten* snarere enn virkeligheten. Dens mysterie og mytologi kan minne om det som tillegges et religiøst ikon, bare mer fragmentert og uten det system av tro og myte som man finner i religionen. Baudrillard foreslår at *the gizmo* kan representere troen på det teknologiske objektets universalitet. Denne troen fører også med seg en tro på at *the gizmo* hele tiden kan arbeide for å forbedre naturen. “*The belief that technology will always improve nature*

---

<sup>61</sup> *ibid.*s.30

<sup>62</sup> *ibid.* s.32

<sup>63</sup> *ibid.*s.33

<sup>64</sup> *ibid.*s.33

*implies that nature is itself constructed like a technological devise.”*<sup>65</sup> Det er åpenbart at for Baudrillard personfiserer ikke det teknologiske objektet den store fortellingen om progresjon – det teknologiske objektet er snarere begrenset av hvordan det interpenetrerer med verden av menneskelig fantasi og begjær, og på denne måten blir det *dysfunksjonelt* fordi det holder reell utvikling tilbake.

For Baudrillard er teknologi *“the compensatory mode of being in a world which has been deprived of the symbolic dimension.”*<sup>66</sup>

*“[T]he relationship between the human subject and processes of symbolic ritualized behavior (including work) has been divorced partly by the transference of gestural activity to the technological objects. Instead of the human subject being in the world, it is now the object that is in the world, while the human subject has become an idle spectator.”*<sup>67</sup>

Ifølge Baudrillard har altså den symbolske dimensjonen forsvunnet og blitt erstattet av teknologien, og det menneskelige subjektet har overført betydning som tidligere ble uttrykt gjennom gester til det teknologiske objektet. På denne måten overtar objektet rollen som interaktør i det sosiale, mens subjektet befinner seg i bakgrunnen og manipulerer med objektet som betydningsskaper og observerer resultatet.

Baudrillard har analysert det marxistiske begrepet om fetishisme ved flere anledninger og gir det en gjennomgående kritikk i ”For a Critique of the Political Economy of the Sign”. Her presenterer han tesen om at begrepet ”fetishisme” har et eget liv: istedet for å beskrive en *prosess* hvor et objekt blir tillagt magiske egenskaper, så er menneskene som bruker begrepet selv eksponert for ureflektert å bruke en ”magisk tenkning”.

*“Commodity fetishism is one of the grand narratives that is being teased apart here, whereby the shift from concrete production and exchange is replaced by abstracted labour relations and subsequent alienation.”*<sup>68</sup>

---

<sup>65</sup> *ibid.*s.34

<sup>66</sup> *ibid.*s.35

<sup>67</sup> *ibid.*s.35

<sup>68</sup> *ibid.*s.36

Begrepet fetishisme blir også fordømt av Baudrillard på grunn av den moralske ballasten det har båret siden Opplysningstiden. Da man i Opplysningstiden begynte å strebe mot en rasjonalisering av menneskesinnet i en bevegelse bort fra den dype overtro som preget middelalderen, ble begrepet fetish forbundet med enhver form for "falske" gudebilder, slike som hedningene i kolonilandene tilbad. Denne tanken henger også nøye sammen med opplevelsen av vesten som et utviklet, avansert samfunn som raver høyere på stigen enn de primitive, usiviliserte samfunnene ute i verden. Også her inntar Baudrillard en kritisk holdning til modernitetens utviklingslære og hevder at all fetishistisk aktivitet er basert på fascinasjonen for tegn. Istedet for å betrakte den samtidige fetisken for forbruksvaren eller kroppen som noe med symbolsk verdi, blir hele prosessen her oppfattet som *tømt for verdi*. Det er pasjonen for *koden* som kommer til uttrykk i fetishismen. Det er koden som behersker både objektet og subjektet, og gjennom å underordne dem under seg selv, gjør den dem tilgjengelig for abstrakt manipulasjon.

## Om konsumersamfunnet

Her skal jeg beskjeftige meg med å kartlegge konsumersamfunnet slik Jean Baudrillard beskriver det i sin bok "The consumer society – myths and structures"<sup>69</sup>. Boken ble gitt ut i Frankrike i 1970, men ble først gjort tilgjengelig i den engelskspråklige verden i 1998. Dette er interessant av to grunner, for det første at Baudrillard først ble viden kjent gjennom sine senere mer "postmoderne" verker og for det andre at dette tidlige bidraget til kritikk og analyse av konsumersamfunnet fremdeles oppleves som relevant.

Baudrillard viser gjennom hele "The consumer society – myths and structures" hvordan vår nåværende sosiale tilstand (først og fremst i vesten) er preget av forbruk. Det er *objektet*, eller vår relasjon til det som definerer (overflods-) samfunnet:

*"Strictly speaking, the humans of the age of affluence are surrounded not so much by other human beings, as they were in all previous ages, but by **objects**. Their daily dealings are now not so much with their fellow men, but rather – on a rising statistical curve – with the reception and manipulation of goods and messages."*<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup> Jean Baudrillard: *The consumer society – myths and structures*, Sage Publications London, Thousand Oaks & New Dehli 1998

<sup>70</sup> *ibid.* s.25



Generell velstand og høyere lønn i tillegg til stadig billigere varer gjør det mulig for folk flest å delta i forbruket på et eller annet nivå. Det at alle kan delta i forbruket gir en illusjon av at de sosiale ulikhetene i samfunnet jevnes ut, men når vi kjøper et objekt eller en vare, så er det ikke bare denne varen vi involverer oss i, men et helt tegnsystem omkring varen som er med på å definere vår tilhørighet i samfunnet og vår identitet.<sup>71</sup>

Det Baudrillard mener er at vi ikke lenger kjøper en vare med hovedfokus på dens originale bruksfunksjon, men at vi investerer i et tegnsystem som definerer vår status i samfunnet. Disse objektene serveres i følge Baudrillard i lenker av tegn, eller i nettverk av betydning, systemer som gjør at neste objekt i forbruket følger logisk av det forrige. Og det er i stor grad dette systemet som konsumet handler om, det handler om å ta del i dette systemet på symbiotisk vis.<sup>72</sup>

Og som følge av dette systemet som krever av konsumenten et avansert forbruk av forskjellige former for produkter og forbruksvarer, oppstår kjøpesenteret som et tilbud om full tilfredsstillelse av kjøpebehovet på et sted. I kjøpesenteret kan man kjøpe klær, mat, kunst, litteratur, se en film og spise middag, alt på et sted, istedenfor den spesialiserte butikken som tilbyr én varetype. Baudrillard beskriver det slik: *"This is generalized neo-culture, where there is no longer any difference between a delicatessen and an art gallery, between Playboy and a treatise on palaeontology."*<sup>73</sup>

Det som tilbys er den ultimate homogenisering – kanskje den ultimate demokratisering; den ultimate utjevning av alle forskjeller og motsetninger.<sup>74</sup> Alt er tilgjengelig og for enhver smak. Objektene og opplevelsene tilbys side om side tilsynelatende uten hierakiske verdisystemer. Og på den måten utslettes objektets iboende verdi og mening. Det er hvorledes man – kjøperen, konsumenten – manipulerer med varen som gir det verdi, hvorledes den settes sammen med andre varer og objekter i et system av tegn som gir den mening. Alle er like for varen og varen er den samme for alle. Dette er den moderne illusjonen av likeverd, for likeverd regnes ikke utfra en fellesmenneskelig verdi uavhengig av status og posisjon, men utfra at alle er likeverdige fremfor objektet eller varen. Arbeid, fritid, natur og kultur: alle disse motsetningene som engang genererte angst og kompleksitet i det virkelige liv, blir nå mikset og blandet, klimatisert og homogenisert.

---

<sup>71</sup> ibid. s.27

<sup>72</sup> ibid.

<sup>73</sup> ibid. s.28

<sup>74</sup> ibid. s.29

## Om massemedia og virkeligheten

Gjennom massemedia er vi ikke til stede i det virkelige, sier Baudrillard, men får en ”objektiv” representasjon av hendelsen. Media skaper en trygg avstand fra virkeligheten samtidig som vi fråtser i den gjennom dens representasjon. Vi lever, hevder Baudrillard, beskyttet av tegn i en fornektning av virkeligheten. Bildet, tegnet og mening blir elementer vi konsumerer. Baudrillard sier at det er i dette fenomenet at vi kan definere ”the praxis of consumption”:

*”The consumer’s relation to the real world, to politics. To history, to culture is not a relation of interest, investment or committed responsibility /.../it is a relation of curiosity. /.../ the dimension of consumption /.../ is not one of knowledge of the world, nor is it one of total ignorance: it is the dimension of misrecognition.”<sup>75</sup>*

Konsumets *locus* definerer Baudrillard som dagliglivet. Men det er dagliglivet transcendent gjennom vår medierte forestilling om den. Dagliglivet, mener Baudrillard, ville være uutholdelig foruten ”*the simulacrum of the world*”<sup>76</sup> som er vårt alibi for deltakelse i verden. Dette *simulacrum* er medias, bildenes og tegnenes simulasjon av virkeligheten som oppfattes som mer virkelig enn virkeligheten. Det er den komplekse mytologiske kulturen som omgir hverdagen og som presenteres for oss gjennom reklame, tv, aviser, kinofilm, osv. og som visker ut skillet mellom hva som er representasjon og hva som er virkelig. Det er den nye virkeligheten som befinner seg på baksiden av bildet - *beyond the image* - i en nesten religiøs forstand, en virkelighet som er transformert av sin representasjon og hvor rollene mellom original og kopi vendes om. Det er særlig fotografiet og filmen/tv-bildet som, fordi de oppleves som objektive, maskinelle avbildninger av virkeligheten produserer en mytologi om det som blir avbildet.

## Om konsumets sosiale logikk

Hele diskursen om behov (*needs*) baserer seg på en antagelse om menneskets naturlige tilbøyelighet til lykke. Lykke er den absolutte referent i konsumersamfunnet, det er den direkte ekvivalenten til *frelse*. Baudrillard sier om denne forventningen til lykke at;

---

<sup>75</sup> *ibid.* s.34

<sup>76</sup> *ibid.* s.35

*”It derives, socio-historically, from the fact that the myth of happiness is the one which, in modern societies, takes up and comes to embody the myth of Equality./.../ [T]o be the vehicle of the egalitarian myth, Happiness has to be measurable. It has to be a well-being measurable in terms of objects and signs”<sup>77</sup>.*

Lykke som en indre og total opplevelse av glede og som ikke tilbyr noen ytre beviser på sin eksistens ekskluderes fra konsumeridealet. Her er lykke først og fremst kravet om likhet og må derfor alltid bekreftes av synlige kriterier. Det er en konflikt eller et paradoks innad i det demokratiske systemet, eller som er opphavet til det demokratiske systemet, og det blir opprettholdt av forventningen til lykke som en borgerrettighet for alle og som manifestert i ytre tegn.<sup>78</sup> Spørsmålet om hvorvidt konsumersamfunnet representerer en utjevning av forskjeller og utgjør et fullt utviklet demokrati eller om det kun bidrar med en forsterkning av tidligere sosiale ujevnheter og opprettholder gamle sosiale strukturer er, ifølge Baudrillard, et falskt problem. Når man stiller spørsmålet om utjevning i forhold til forbruksvarer, altså om alle prinsipielt er like fremfor forbruksvaren, gir det ingen mening fordi man allerede i spørsmålsstillingen erstatter de virkelige problemene med jakten på varer og tegn. Hvis man skal undersøke om det finnes en reell velstand, kan man ikke søke bekreftelse i statistikker, men radikalt endre fokus og angripe problemet med en logikk som ikke tilhører velstandsmyten selv. Baudrillard hevder at der finnes en idealistisk tro på at av vekst følger velstand og av velstand følger demokrati. Men et problem som fremdeles hjemsøker de utviklede landene er fattigdom, og den synes ikke å forsvinne til tross for enorm vekst, men tvert imot opprettholdes eller øker. Baudrillard mener at dette er en del av det vestlige vekstsystemet og at: ”growth, in its very dynamic, is based on this disequilibrium”<sup>79</sup>. Motsatt myten om at vekst utsletter ulikheter sier Baudrillard at vekst produserer, reproduseres og opprettholder sosiale ulikheter, privilegier osv. Disse dysfunksjonaliteter innad i vekstsamfunnet tar ifølge Baudrillard del i en systematisk logikk.<sup>80</sup>

Tendensen til å utjevne lønningene er nødvendig for å internalisere vekstprosesser, og denne internaliseringen bidrar til reproduksjon av den sosiale orden, som er en struktur av privilegium og klassekamp. Hvis det finnes likhet, sier Baudrillard, hvis fattigdom og rikdom ikke lenger er et problem, skyldes det at likhet ikke lenger har en reell viktighet. Sosial diskriminering, makt osv., som forblir nøkkelementene, har flyttet seg bort fra inntekt og velstand. Baudrillard gir følgende

---

<sup>77</sup> *ibid.* s. 49

<sup>78</sup> *ibid.* s.50

<sup>79</sup> *Ibid.* s.52

<sup>80</sup> *ibid.* s.53

eksempel; en rik mann som kjører en 2CV gir ikke et direkte og overveldende uttrykk for sin rikdom, det er mer subtilt – han skiller seg ut gjennom *måten* han konsumerer på. ”*He maintains his privilege absolutely by moving from conspicuous to discreet (super-conspicuous) consumption, by moving from quantitative ostentation to distinction, from money to culture.*”<sup>81</sup>

Segregering og distinksjon finnes nå andre steder enn i det direkte økonomiske som inntekt og formue.<sup>82</sup> De tegn som benyttes til å skape sosial identitet og opprettholde sosiale forskjeller er mer subtile, som type jobb og ansvar, grad av utdanning og kultur. Idag kan alle lese og skrive, alle kan prinsipielt kjøpe den samme vaskemaskinen og de samme kioskromanene, men, sier Baudrillard, det er kun en formell likhet, og det er på denne plattformen av abstrakt likhet at det reelle systemet av diskriminering kan operere. Faktum er at konsumerproduktene som tegn på denne sosiale institusjonen ikke etablerer noen demokratisk plattform, for alene og konsumert individuelt har ikke objektene (vaskemaskinen, kioskromanen, osv.) noen mening, det er i deres sammensetning og i relasjon til andre objekter de skaper mening.

Det eksisterer ifølge Baudrillard en forestilling om at noen opererer utenfor eller uavhengig av konsumersamfunnet, det er de privilegerte som ikke strengt tatt konsumerer, men som mestrer de sosiale kodene og manipulerer med dem.<sup>83</sup> Dette gjelder de få som er født med nådegaven – *status* – som majoriteten bare kan simulere gjennom objekter, men aldri oppnå.

## Om personalisering

Produktet som selges oss er ikke selve objektet, en bil eller en sjampo, men personlighet. Det er et paradoks i denne vinklingen av konsumervaren fordi personlighet i utgangspunktet er noe som kommer innenfra dypet av oss selv, mens det i reklamen presenteres som noe vi tilegner oss gjennom kjøp av visse produkter. Vi blir *mer* oss selv hvis vi kjøper det og det produktet, vi fullender vår personlighet (om enn bare fremtil neste vare) ved å anskaffe oss de riktige varene. Det denne typen retorikk antyder er at det ikke finnes noen der – ingen *person*;

---

<sup>81</sup> *ibid.* s.55

<sup>82</sup> *ibid.* s.57

<sup>83</sup> *ibid.* s.59

*”The ‘person’ as absolute value, with its indestructible features and specific force, forged by the whole of the Western tradition as the organizing myth of the Subject – the person with its passions, its will, its character (or banality) – is absent, dead, swept out of our functional universe.”*<sup>84</sup>

Og det er gjennom produktene at vi skal gjenskape en syntetisk individualitet i mangel av en virkelig en. Her nærmer vi oss noe jeg vil kalle karakteristisk for Warhols teatralitet – dette spillet med tegn for å fremstille en rolle, en maske eller en *persona*. Hos Warhol er fokuset nettopp på det ytre og derfor også rettet mot den *manglende* innvendige ‘personen’. Produktene (det kan være klær, sminke, parykk, solbriller o.l.) fungerer på denne måten som rekvisitter som er med på å definere ‘skuespillerens’ karakter. På denne måten kan vi kanskje tilføye at Warhol som objekt er tømt for reell verdi – verdien eller meningen produseres av tegnene – rekvisittene – som presenteres for betrakteren eller publikum (i det offentlige). Som vi har sett bruker også Warhol mennesker som rekvisitter på denne måten, gjerne vakre unge kvinner og eksentriske unge menn. Warhol insisterer også på sin manglende individualitet – gjennom drømmen om det maskinelle og reproduksjonen – noe som har en paradoksal funksjon fordi det forsterker hans fremtreden som unik. Dette spillet med tegn for å skape en ‘personlighet’ og hvorledes Warhol benytter seg av denne muligheten i oppbygningen av sin pop persona skal jeg komme tilbake til senere.

De virkelige forskjeller som karakteriserte personer gjorde dem til motsetningsfylte skapninger. Forskjeller av den ‘personaliserende’ typen setter ikke lenger individer opp mot hverandre, disse forskjellene er arrangert hierarkisk og samles i modeller, og på bakgrunn av disse modellene blir forskjellene subtilt produsert og reproduert. Dette resulterer i at det å differensiere seg blir nettopp det å knytte seg til en abstrakt modell og på denne måten oppgi enhver form for reell forskjell og singularitet, siden dette bare kan oppstå i konkrete, konfliktfylte relasjoner med andre og verden. Personalisering som forfølgelse av status og sosial plassering er utelukkende basert på tegn. Det vil si at personalisering ikke baserer seg på objektet eller varen som sådan, men på de forskjeller de skaper. Alle mennesker er like foran objektet som bruksverdi (use-value), men de er på ingen måte like foran objektet som tegn og forskjeller, for objektet som tegn og forskjeller er grunnleggende hierarkisk.

---

<sup>84</sup> *ibid.* s.88

*”At the level of signs, there is no absolute wealth or poverty, nor any opposition between the signs of wealth and the signs of poverty: they are merely sharps and flats on the keyboard of differences.”<sup>85</sup>*

Man må anerkjenne, forteller Baudrillard oss, at konsum ikke er orientert rundt individet og dets 'personlige' behov som så følgelig peker mot en gruppekontekst i henhold til krav om prestige og konformitet. Det er først og fremst en strukturell differensieringslogikk som produserer individer som 'personaliserte', det vil si som forskjellig fra hverandre, men i forhold til generelle modeller og en kode, som de fullfører i selve den akten det er å gjøre seg selv spesiell. Konformitet er ikke en statusutjevning, den bevisste homogeniseringen av gruppen, men det faktum at de har den samme koden felles, de deler de samme tegnene som gjør alle medlemmene av den spesielle gruppen forskjellig fra en annen gruppe. Differensieringssystemets funksjon går langt forbi tilfredsstillelse av behov og prestige – systemet opererer aldri i forhold til virkelige forskjeller mellom personer. Det som gjør det til et system er nettopp det at det eliminerer enhver form for spesifikt innhold og erstatter det med den *differensierte formen* som kan industrialiseres og kommersialiseres som distinksjonstegn. Når forskjellene blir kodet på denne måten skaper de ikke skiller mellom individene, men blir heller ”the matter of exchange”<sup>86</sup>:

*”This is a fundamental point, through which consumption is defined: not any longer (1) as a functional practice of objects – possession, etc., or (2) as a mere individual or group prestige function, but (3) as a system of communication and exchange, as a code of signs continually being sent, received and reinvented – as language.”<sup>87</sup>*

Systemet fungerer på et ubevisst plan som gjør det lettere å kontrollere individene. Og dette er systemet av forskjeller, som Baudrillard fremstiller som et system på linje med språket. Motsetningene er ertattet av forskjeller, ikke av likhet og likevekt, og det er det som gjør systemet politisk effektivt. For, sier Baudrillard, ingen revolusjon er mulig ”at the level of the code”<sup>88</sup>. Når det finnes sosiale motsetninger er det mulig med en revolusjon, men ikke når det kun finnes sosiale forskjeller.

---

<sup>85</sup> *ibid.* s.91

<sup>86</sup> *ibid.* s.93

<sup>87</sup> *ibid.* s.93

<sup>88</sup> *ibid.* s.94

Individet blir hele tiden invitert til å nyte seg selv, og gjennom å glede seg selv, kan man glede andre. Men individets narsisisme i konsumersamfunnet handler ikke om en nytelse av singularitet – av sine egne spesielle trekk, men om å falle innenfor kollektive trekk. Invitasjonen til selvnyttelse er først og fremst rettet mot kvinner, sier Baudrillard, men presset utføres på kvinnen gjennom myten om Kvinnen – Kvinnen som kollektiv og kulturell model for selvnyttelse. Dette faller innenfor systemets logikk, ikke bare er relasjonene man har til andre *konsumerte* relasjoner, men også relasjonen man har med seg selv. Konsum blir her definert ved at den erstatter spontane relasjoner med relasjoner mediert av tegn. Når kvinnen konsumerer seg selv, er det gjennom tegnene som utgjør den feminine modellen – og det er den modellen kvinnen konsumerer når hun 'personaliserer' seg selv. Forførelsens og narsisismens former er på forhånd gitt av modeller som er produsert industrielt av massemedia og komponert av identifiserbare tegn. Og alle finner sin personlighet i å leve opp til disse modellene.

*"Functional femininity has its counterpart in functional masculinity or virility. The models are, quite naturally, arranged in twos. They are the product not of the differentiated nature of the sexes, but of the differential logic of the system. The relation of the Masculine and the Feminine to real men and women is relatively arbitrary."*<sup>89</sup>

Disse modellene må ikke forstås som deskriptive, de styrer konsumet, og individene faller mer eller mindre vellykket inn under disse modellene. Den maskuline modellen er modellen for særegenhet og valg, det er en modell av den konkurrerende eller velgende dyd. Den moderne mann av kvalitet er kresen og kravstor, han må vite hvordan å velge og ikke fiere på standaren – målet hans er å oppnå distinksjon. Den maskuline og den feminine modellen settes på denne måten opp mot hverandre, fordi den feminine modellen oppfordrer kvinnen til å investere i sitt ytre og til å objektifisere seg gjennom fysiske tegn (klær, sminke, hårfarve osv.) og på den måten gjøre seg 'valgbar' for mannen; *"If the woman is beautiful – that is to say, if the woman is a woman – she will be chosen. If the man is a man he will choose his wife among other objects/signs (his car, his wife, his eau de toilette)."*<sup>90</sup> Baudrillard understreker at det her er snakk om differensielle modeller som ikke må forveksles med reelle kjønn eller sosiale kategorier.

---

<sup>89</sup> *ibid.* s.96

<sup>90</sup> *ibid.* s.97

## Om massemediakulturen og popkunsten

Kulturelt konsum blir definerert av Baudrillard som tiden og rommet for den karikerte gjenopptagelsen og den paradiske fremkallelsen av noe som allerede er borte, som ikke eksisterer lenger, og som ikke er så mye 'consumed' som 'consummated'<sup>91</sup> – altså avsluttet, fortidig og borte. Det er med andre ord snakk om en kulturell resirkulering. På samme måte snakker Baudrillard om en resirkulering av Naturen – det er ikke lenger snakk om en original og spesifikk tilstedeværelse som står i et symbolsk motsetningsforhold til kulturen, men en simulasjon, en konsumering av naturens tegn som er satt i sirkulasjon igjen. Og det er dette prinsippet som styrer massekulturen – det som mottas er ikke kultur, men kulturell resirkulering. Problemet med kulturelt konsum er slik sett ikke forbundet med kulturelt innhold eller med publikum. Det er heller forbundet med det fenomenet at kultur ikke lenger skapes for å vare. Kulturen er underlagt kravet om fornyelse, om *nyheten*, samtidig som kulturobjektet blir underlagt den samme relasjonen til tegn og betydning som andre konsumerbare objekter. Og det som påvirker *meningen* med verket, sier Baudrillard, er det at alle *betydninger* har blitt sykliske. Det finnes ikke lenger noen forskjell mellom 'kulturell kreativitet' og den form for lekende spill med tegnkombinasjoner som finnes overalt i konsumersamfunnet.

*”[C]eremonial communion is no longer achieved by way of bread and wine, which can be seen as flesh and blood, but through the mass media /.../ In other words, communion is no longer achieved through a symbolic medium, but through a technical one: this is what makes it communication.”*<sup>92</sup>

Det som deles gjennom massemedia (som inkluderer alle leddene fra *the message* til publikum) er ikke lenger 'kultur' slik det var med nattverden i den katolske kirken – med den levende kroppen (vinen og brødet *er* Jesu legeme), den faktiske tilstedeværelse av gruppen og alt annet som tilsammen skapte sermoniens og festens symbolske og metabolske funksjon, men den corpus av tegn og referanser kjent som 'massekultur'. Massekommunikasjon ekskluderer kultur og kunnskap ifølge Baudrillard, fordi det ikke er snakk om at reelle symbolske eller didaktiske prosesser settes igang. Begrepet kultur kan her lett bli villedende, fordi det her er snakk om en *culturalization* på samme måte som vi snakket om en *personalization* ovenfor – altså at kulturen som sådan er borte og gjenskapes av kulturelle tegn.

---

<sup>91</sup> *ibid.* s.99

<sup>92</sup> *ibid.* s.103



*"A great democratic wind has blown through the heavenly Jerusalem of culture and art. /.../ The work of art is breaking out of the solitude in which it has for centuries been confined as unique object and privileged moment. Once upon a time, as everyone knows, galleries were sanctuaries. But the masses have now taken over from the solitary owner or the enlightened art-lover. And there is not simply industrial reproduction to delight the masses, but a work of art that is both unique and collective: the Multiple."*<sup>93</sup>

Med den grenseløse mangfoldiggjøringen av kunstobjektet beveger kunsten seg inn i den industrielle periode. Og denne mangfoldiggjøringen i seg selv er ikke opphavet til en vulgarisering av kunstobjektet, det skjer snarere når det knyttes sammen i en kjede av tegn med f.eks. et par sokker og en havestol. Da mister kunstverket sin overskridende verdi og plasseres på samme hylle som hverdagslige objekter slik at det selv blir et hverdagslig objekt og får sin betydning i sammenheng med andre hverdagslige objekter. På denne måten mister kunstverket sin egentlige mening og får ny mening i den konstellasjonen av tegn som det føres inn i. I høy grad skjer denne demokratiseringsprosessen gjennom magasiner og tidsskrifter, fremdeles forblir selve kunstverket – selv mangfoldiggjort og tilgjengelig – utilgjengelig som eiendom for de fleste på grunn av pris. Og nettopp denne tvetydigheten av tilgjengelighet og utilgjengelighet er med på å gjøre kunstverket til et sosialt tegn som understreker det sosiale hierarkiet. Men selv om kulturen forblir hierarkisk overlegen andre objekter, blir den et konsumerobjekt på den måten at den blir utbyttbar og homogen med andre objekter. Dette skjer fordi den eksklusive praksisen av kulturen som et meningsfylt symbolsk system blir erstattet av en leken og sammensettende praksis av kultur som et tegnsystem.

Mot det eksklusive og hierarkisk overlegne kunstverket, står *kitchen*. Kitschojektet som sådan lar seg vanskelig beskrive, men vi tenker fort på 'billige' imitasjoner av klassiske kunstverker, souvernirer, 'elg i solnedgang'-malerier, masseproduserte religiøse ikoner, nipsfigurer osv. Kitchen er ifølge Baudrillard som *klisjeen* i språket. Kitchen må ikke forveksles med noe virkelig objekt, fordi det er snakk om en *kulturell kategori*, og det er et fenomen som kun finnes i samfunn med sosial mobilitet.

*"Kitch obviously reaffirms the value of the rare, precious, unique object /.../ Kitch and the 'authentic' object thus between them organize the world of consumption according to the*

---

<sup>93</sup> *ibid.* s.105-106

*logic of a distinctive material which is, today, always shifting and expanding. /.../ In this logic of distinction, kitch is never innovative, it is defined by its derived and weak value.”<sup>94</sup>*

Kitchen har altså en sosial funksjon i forhold til status og distinksjon. Kitchobjektet er middelklassens kultur og har som sosial funksjon å oversette klasseforhåpninger og forventninger til overklassens form og oppførsel og å uttrykke den magiske tilknytningen til deres kultur gjennom imitasjon av overklassens estetikk.

Mens maskinen var det industrielle samfunns emblem, er det 'the gadget' som er det postindustrielle samfunns emblem. Baudrillard definerer 'the gadget' som sannheten om objektet i konsumersamfunnet – alt kan bli en 'gadget' og alt er potensielt en. 'The gadget' kan defineres gjennom sin potensielle ubrukelighet og dens verdi i forhold til lek<sup>95</sup> og sammensetning. Når teknologien ovedras til en mental praksis av magisk type eller til typer av sosial praksis fungerer teknologiske objekter også som gadget. Spørsmålet om hvor ubrukelighet begynner og funksjonalitet slutter lar seg vanskelig besvare siden ethvert objekt potensielt har en funksjon som et tegn på distinksjon. Og samtidig er det ikke noe objekt ifølge Baudrillard som hvor funksjonelt det enn måtte være ikke kan ha en annen bruk enn den som er intendert for det. På denne måten beskriver Baudrillard 'the gadget' som et objekt som er *”explicitly intended for secondary functions.”*<sup>96</sup> Alle objekter og detaljer av objekter er 'gadgets' hvis de er deler av en mote- og prestigelogikk eller deler av en fetishlogikk. Dette mener Baudrillard er den dominerende tendensen for alle objekter i vår tid:

*”The gadget /.../ is part of a systematic logic which lays hold of the whole of daily life in the spectacular mode, and, as a consequence casts a suspicion of artificiality, fakery and uselessness over the whole environment of objekts, and, by extension, over the whole environment of human and sosial relations. In its broadest sense, the gadget attempts to move beyond the generalized crises of purpose [finalité] and usefulness in the ludic mode.”<sup>97</sup>*

'The gadget' blir definert utfra hvorledes vi handler eller spiller med det, som ikke er symbolsk av karakter, men lekent. Og det er denne lekenheten [the ludic] som mer og mer styrer våre

---

<sup>94</sup> ibid. s.111

<sup>95</sup> Her bruker Baudrillard begrepet *ludic*, som kan forstås som spill eller lek med tegn og symboler.

<sup>96</sup> ibid. s.112

<sup>97</sup> ibid. s.113

relasjoner til objekter, personer, kultur, fritid og tidvis til arbeid og politikk. Leken representerer en spesiell type investering – den er ikke økonomisk eller symbolsk, men består av et spill med kombinasjoner. Leken nysgjerrighet er lidenskapsløs fordi den mangler den totale investeringen og den intense symbolske verdien som er forbundet med lidenskap, leken nysgjerrighet er utelukkende en interesse for et spill med elementene. På denne måten er menneskets relasjon til objektet magisk, som betyr at det er forhekset og kan manipuleres. Konsum handler om å investere i kombinasjonene og er derfor, ifølge Baudrillard, lidenskapsløst.

Som vi har sett kan konsumets logikk beskrives som en manipulasjon av tegn. Den symbolske verdien ved skapning og den symbolske relasjonen som er rettet innover er forsvunnet fra den, det finnes kun en utvendighet. Når objektet mister sin funksjon og sin objektive fullendelse blir det et uttrykk i et mye større spill av kombinasjoner, i kretser av objekter som det kun har en relasjonell verdi i forhold til. Jeg er av den oppfattelse at Warhol streber mot en slik 'objektivitet'. Som vi allerede har sett er det kun det utvendige Warhol anerkjenner som virkelig – Warhol er det man ser; ingenting annet.<sup>98</sup> Og gjennom denne utvendighetene kan Warhol som objekt knyttes til andre objekter i stadig nye tegnsystemer. Som vi har sett knytter han seg til skjønnhet og berømmelse og disse tegnene 'forplanter' seg til ham. De grepene Warhol benytter seg av for å redusere sin subjektivitet og forsterke sin karakter av å være et objekt og fungere som et objekt i en konsumerverden av varer og tegn oppfatter jeg som teatrale – og det er snakk om en spesiell teatralitet som jeg oppfatter som *maskinell*. Denne teatraliteten kunne kanskje også bli karakterisert som funksjonell eller instrumentell, men siden Warhol selv opererer med et begrep om det maskinelle – og streber mot det – skal mitt begrep om Warhols teatralitet forholde seg til dette. Vi skal senere utdype denne teatraliteten og se hvilke grep Warhol benytter seg av for å forsterke sin utvendighet og redusere sin innvendighet.

Fremtil nå har Baudrillard i stor grad beskjeftiget seg med hverdagsobjekter, men her retter han blikket mot kunsten og spør om popkunsten er en "*Art of Consumption*"<sup>99</sup>. Popkunsten vokste frem i England på 1950-tallet og i USA på 1960-tallet og var på mange måter en tilbakevending til figurasjonen som en reaksjon på det abstrakte maleriet (og den abstrakte skulpturen). De motivene som popkunstnerne (som Warhol, Lichtenstein, Blake og Rosenquist) bearbeidet i sine bilder og skulpturer var hentet fra populærkulturen og konsumkulturen, men manglet (særlig i

---

<sup>98</sup> *October Files 2: Andy Warhol* (Ed. Anette Michelson), 2001 London, s 1 og del 2 ovenfor

<sup>99</sup> Jean Baudrillard: *The consumer society – myths and structures*, Sage Publications London, Thousand Oaks & New Dehli 1998 s.114

USA) den åpenbare kritikk av konsumersamfunnet. Mens kunsten før popen i stor grad hadde tatt sterk avstand fra det moderne samfunnet og dets materielle virkelighet gjennom direkte kritikk (som surrealismen) eller gjennom direkte avstand (som abstrakt ekspressionisme), kom popkunsten inn og gjorde det moderne samfunnet og dets kultur og materialitet til sin mytologi. Når Warhol avbildet suppebokser eller Marilyn Monroe var det ikke som kritikk av mekaniseringen og hermetiseringen av måltidet eller som kritikk av Hollywoods helgenmytologi, men som en anerkjennelse av denne kulturen som like betydningsfull som høykulturen og som karakteristisk for hans samtid. Popkunsten representerer på denne måten et brudd i det moderne skillet mellom kitch og kunst, mellom lav og høy kultur, og blir ofte oppfattet som en demokratisering av kunsten. Det Baudrillard ønsker å undersøke når han retter blikket mot popkunsten er om den fremdeles fungerer som *kunst* eller om den bare fungerer innenfor den logikken som behersker konsumersamfunnet. Det er ingen motsetning mellom de to, sier Baudrillard: *"We may accept that pop art transposes an object-world, while at the same time simply issuing (by its own logic) in objects pure and simple."*<sup>100</sup> Den tradisjonelle sublime statusen til kunstnerisk representasjon blir eliminert av konsumets logikk, fortsetter Baudrillard, fordi det ikke lenger er noe privilegium for objektets essens eller betydning over bildet eller representasjonen. Objektet er ikke lenger bildets sannhet, de opererer i samme fysiske og logiske rom, og de opererer begge som tegn.

*"Whereas all art up to pop was based on a 'depth' vision of the world, pop regards itself as homogeneous with this immanent order of things: homogeneous with their industrial, mass production and hence with the artificial, manufactured character of the whole environment, homogeneous with the spatial saturation and simultaneous culturized abstraction of this new order of things. /.../ Pop signifies the end of perspective, the end of evocation, the end of testimony, the end of the creative act and, last but not least, the end of the subversion of the world and the curse of art. Its aim is not merely the immanence of the 'civilized' world. There is in this a crazy ambition, the ambition of abolishing the splendours (and foundations) of a whole culture, the culture of transcendence."*<sup>101</sup>

For en kunst som ikke står i opposisjon til den materielle verden, men utforsker det systemet som styrer den, er det naturlig å gjøre seg selv til en del av av dette systemet. Popkunsten er også den første kunsten til å utforske sin egen plass i dette systemet av tegn. Popkunsten insisterer på å

---

<sup>100</sup> ibid. s.115

<sup>101</sup> ibid. s.115-116

være en banal kunst, men, spør Baudrillard, hva er det banale annet enn en metafysisk kategori, en moderne versjon av det sublime? Straks et objekt får en betydning slutter det å være banalt. Andy Warhol, som er den mest radikale i sin streben etter det banale, er også den kunstneren som best summerer opp den teoretiske konflikten i denne kunstpraksisen og de vanskeligheter den har med å fremvise sitt virkelige objekt. Warhol insisterer på at lerretet er et hverdagsobjekt på linje med en stol eller en lampe, og på at virkeligheten ikke behøver noe mellomledd – alt du behøver å gjøre er å isolere den fra sine omgivelser og putte den på lerretet. Men når virkeligheten i form av en hermetikkboks eller en stol e.l. puttes på lerretet fjernes enhver form for hverdagslighet fra den. Det finnes ikke noen essens av det hverdagslige eller av det banale, sier Baudrillard, og derfor kan det ikke finnes noen hverdagslig kunst. Det samme gjelder den kreative handlingen som sådan; Warhol ønsker å være en maskin, men det finnes ingen større arroganse i kunsten enn å posere som maskinell, og det finnes intet større jåleri for en person som nyter statusen som skaper enn å vie seg til seriell automatisme. Warhols ønske om å være maskinell er essensiell i min oppfatning av Warhol som iscenesetter og vi skal se nærmere på hva dette ønsket innebærer senere i forhold til det begrepet jeg tilbyr om en maskinell teatralitet.

Dette forsøket på å redusere kunsten til det banale og kunstneren til en maskin feiler ifølge Baudrillard fordi den sosiologiske og kulturelle statusen kunst har er umulig å forandre gjennom å forandre bildets innhold eller kunstnerens intensjon. Når popkunstnerne prøver å desakralisere sitt virke, gjør samfunnet dem enda mer sakrale og vi ender i den situasjonene at når kunstnerne forsøker å sekularisere kunsten, både i tematikk og i utøvelse, blir popkunsten glorifisert og oppfattet som den uovertrufne manifestasjonen av det hellige i kunsten. Men, sier Baudrillard, popens logikk finnes et annet sted; man kan definere pop som et spill med og en manipulasjon av forskjellige nivåer av mental persepsjon;

*”Just as there is no order of reality in pop art, only levels of signification, so too there is no real space. The only space is that of the canvas, of the juxtaposition of the different sign-elements and the relationship between them. There is no real time either, the only time being that of the reading, the differential perception of the object and its image, of a particular image and the same image repeated, etc. This is the time necessary for mental adjustment, for accommodation to the image, to the artifact in its relation to the real object (we are speaking here not of a reminiscence, but of the perception of a local, logical difference).  
./.../ Pop is a ‘cool’ art: it demands not aesthetic ecstasy or affective or symbolic*

*participation ('deep involvment'), but a kind of 'abstract involvment' a sort of instrumental curiosity.*"<sup>102</sup>

Popkunsten er ikke en populær kunst ifølge Baudrillard fordi den populærkulturelle ethos er basert primært på en utvetydig realisme, på lineær narrasjon, på allegori og det dekorative og på emosjonell deltakelse forbundet med de gode og onde krefters varierende skjebne. Popkunsten er både åpen og tvetydig, og den humoren som tilskrives popkunsten er også uklar. Om popens smil, som jeg forstår som den 'campy' holdningen som Wolfe og Rolness snakker om<sup>103</sup>, sier Baudrillard, at det innkapsler hele popens tvetydighet, det er ikke et distansens smil, men et smil av hemmelig inneforståelse. Det er ikke den aggressive humoren til surrealismen som satte sammen objekter for å kortslutte deres funksjon, men en humor som setter sammen objekter for å analysere relasjonene mellom dem.

## Om reklame

Reklamen er kanskje det mest bemerkelseverdige medium for vår tid, fordi når den snakker om et spesielt objekt, glorifiserer den potensielt alle objekter, og når den refererer til et spesielt objekt og merke snakker den faktisk om totaliteten av objekter og en verden fullstendig gjennomsyret av objekter og merker. Og på denne måten henvender reklamen seg til alle forbrukere når den henvender seg til en og til alle individer når den henvender seg til et, og slik simulerer den en konsumertotalitet.

*"Every image, every advertisement imposes a consensus – that between all the individuals potentially called upon to decipher it, that is to say, called on, by decoding the message, to subscribe automatically to the code in which it has been couched."*<sup>104</sup>

Det er derfor ikke innholdet, distribusjonsmåtene eller de manifesterte (økonomiske og psykologiske) hensiktene som gir reklamen sin funksjon som massekommunikasjon, men dens logikk som autonomisert medium, dvs. som et objekt som ikke refererer til virkelige objekter eller en virkelig verden, men som refererer fra et tegn til et annet, fra et objekt til et annet, fra en

---

<sup>102</sup> *ibid.* s.120

<sup>103</sup> se del 2 ovenfor

<sup>104</sup> Jean Baudrillard: *The consumer society – myths and structures*, Sage Publications London, Thousand Oaks & New Dehli 1998 s.125

konsumer til en annen. Massekommunikasjon blir overalt definert gjennom sin systematisering på det tekniske mediets og kodens nivå, gjennom den systematiske produksjonen av beskjedder som ikke kommer fra verden men fra mediet selv. Her ankommer vi ”*the world of the pseudo-event, of pseudo-history and pseudo-culture*”<sup>105</sup>. Dette er en verden som ikke er produsert av skiftende, motstridende og virkelige erfaringer, men en verden som er produsert som artefakter fra elementer av koden og den tekniske manipuleringen av mediet. Det er dette som definerer all betydning som konsumerbar. Det er denne generaliseringen av koden som erstatning for den refererende dimensjonen som definerer massemediakonsum. Det er i formen alt er forandret, en neo-virkelighet har overalt tatt over for virkeligheten, en neo-virkelighet helt og holdent produsert av kodens kombinerende elementer; ”*Over the whole span of daily life, a vast process of simulation is taking place, similar in style to the ‘simulation models’ through which the operational and cybernetic sciences work.*”<sup>106</sup>

Reklamen vender objektet til en begivenhet, og den konstruerer objektet som en begivenhet gjennom å eliminere dets objektive karaktetstikker og konstruere det som en modell og som en spektakulær nyhet. Journalister og reklameforfattere er mytiske operatører; de presenterer objektet som begivenhet, som drama og som fiksjon. Derfor kan vi ikke snakke om dem som sanne eller falske fordi de tilhører den mytiske kategorien. Reklamen er tvert imot hinsides sannhet eller løgn, på samme måten som mote er hinsides styggheit og skjønnhet og det moderne objektet er hinsides brukelig og ubrukelig. Reklamens kunst er å tilby overbevisende erklæringer som hverken er sanne eller falske. Det finnes ikke lenger noen original eller noen virkelig refensiell dimensjon, så reklamen er basert på en annen type verifikasjon, som alle myter og magiske formler; verifikasjonen av den selvoppfyllende profeti. Reklame er på denne måten et profetisk språk som ikke fremmer kunnskap eller forståelse, men håp. Reklamen vender objektet til en ’pseudo-event’ som blir en virkelig begivenhet gjennom at konsumenten deltar i dets diskurs.

Som vi har sett arbeidet Warhol som reklameillustratør – og en suksessrik sådan – gjennom hele 1950-tallet. Og det er tydelig at han hadde en egenartet forståelse av hvorledes konsumermytologien fungerte. Denne kunnskapen samt motiver fra reklamer og av forbruksvarer bringer han med seg inn i kunsten. Den innsikten Warhol hadde i reklamens magiske funksjon og den selvoppfyllende profeti kombinert med en kunnskap om skuespill gjennom en livslang

---

<sup>105</sup> *ibid.* s.125

<sup>106</sup> *ibid.* s.126

interesse for Hollywoodstjerner og gjennom sitt arbeid i The Theater 12 Group fullendes mest helhetlig i Warhols 'fineste' kunstverk som er ham selv eller hans pop persona.

## Om kroppen, det fineste av konsumerobjekter

I verden av konsumerobjekter er det et objekt som er finere, mer dyrebart og mer blendende og mer ladet med konnotasjoner enn noe annet, forteller Baudrillard oss, og det er kroppen. Kroppen gjenoppdages i en ånd av fysisk og seksuell frigjøring etter et millenium av puritanisme og den er allestedsnærværende i reklame, mote og massekultur. Den omgis av en kult av hygiene, diett og terapi. Og den besettelsen rundt ungdom, eleganse, virilitet/femininitet, behandling og de offerhandlingene forbundet med kroppen bærer alle vitne om at den har blitt et frelsens objekt. Og, fortsetter Baudrillard, kroppen har tatt over sjelens moralske og ideologiske funksjon. I århundrer fantes det en ustoppelig vilje til å overbevise menneskene om at de ikke hadde noen kropp, nå finnes det en ustoppelig vilje til å overbevise dem om deres kropp. I enhver kultur, sier Baudrillard, reflekterer den måten man organiserer relasjonen til kroppen på den måten man organiserer relasjonen til objekter og sosiale relasjoner. I kapitalistiske samfunn gjelder den generelle statusen som privat eiendom har også kroppen. Måten vi organiserer den på, forholder oss til den på og måten vi sosialiserer den på er den samme som måten vi håndterer privat eiendom.

*”[T]he current structures of production/ consumption induce in the subject a dual practice, linked to a split (but profoundly independent) representation of his/ her own body: the representation of the body as **capital** and as **fetish** (or consumer object).”<sup>107</sup>*

Når man investerer i kroppen på denne måten er det samtidig en type økonomisk og konkurrerende investering; der det investeres forventes det et utbytte.<sup>108</sup> Man behandler kroppen som en arv og man manipulerer den som et blant mange tegn på sosial status. I denne sakraliseringprosessen av kroppen som eksponeringverdi, av den *funksjonelle* kroppen – en kropp som ikke lenger er 'kjøtt' i religiøs forstand, eller arbeidskraft i industriell forstand, men som blir gjenopptatt i sin materialitet som narsissistisk kultobjekt – er skjønnhet og erotikk to viktige ledemotiv. For kvinner har skjønnhet blitt et absolutt, religiøst imperativ, konkluderer

---

<sup>107</sup> ibid. s.129

<sup>108</sup> ibid. s.131



Baudrillard, det er et tegn på at man tilhører de utvalgte. Slik jeg ser det er det dette tegnet på å tilhøre de utvalgte Warhol knytter seg til når han benytter vakre kvinner og menn som eskorter til fest, kunståpninger og diverse tilstelninger. Dette er en praksis han opprettholder gjennom hele sin karriere – Warhol ble sjelden sett offentlig alene, men tvert imot ofte sett sammen med vakre mennesker som gjerne var yngre enn ham. Hvordan Warhol knytter seg til mennesker som tegn kommer jeg tilbake til senere.

Skjønnhetens etikk kan defineres som reduksjonen av alle konkrete verdier til en enkel funksjonell bytteverdi [*exchange-value*], som alene i sin abstraksjon innkapsler ideen om den praktfulle, fullendte kroppen og ideen om begjær og nytelse, og derigjennom fortrenger dem fra virkeligheten og til slutt forsvinner ut i en utveksling av tegn. For, hevder Baudrillard, skjønnhet er ikke noe annet enn tegnmateriale som blir utvekslet og det fungerer på denne måten som tegnverdi.

*”The beauty imperative, which is an imperative of **turning** the body to **advantage** by way of narcissistic reinvestment, involves the erotic as sexual foil.”*<sup>109</sup>

Vi må klart skille mellom det erotiske som en generalisert dimensjon av utveksling i vårt samfunn og reell seksualitet, fortsetter Baudrillard, og vi må skille mellom den erotiske kroppen og kroppen som rom for fantasi og begjær. I den sistnevnte er det de individuelle strukturene av begjær som dominerer, i den førstnevnte er det den sosiale funksjonen av utveksling som dominerer. Motemodellens kropp er ikke lenger et objekt for begjær, men et funksjonelt objekt, et forum av tegn hvor mote og erotikk glir over i hverandre. Strengt tatt er det ikke lenger snakk om en kropp, sier Baudrillard, men om en *form*. Irregulariteter og stygghet ville bringe frem en mening igjen, men det er ekskludert, for skjønnhet her er fullstendig i abstraksjon, i tomhet, i ekstatisk fravær og transparens.

Kroppen er et objekt som fungerer i et nettverk med andre objekter og skaper tegnsystemer hvor de gjensidig fremhever hverandre.<sup>110</sup> På denne måten oppfordres eieren av kroppen til å investere i produkter som vil fremme kroppens (visuelle) kvaliteter. Individet må oppleve seg selv som objekt, som det fineste av objekter, som det mest praktfulle utvekslingsmateriale, for å etablere en økonomisk prosess som genererer profitt på den dekonstruerte kroppens og seksualitetens nivå.

---

<sup>109</sup> *ibid.* s.133

<sup>110</sup> *ibid.* s.134

Alt som tilbys for å bli konsumert har en seksuell bivirkning. Samtidig blir seksualitet som sådan tilbudt som konsumvare. Gjennom å systematisk koble seksualitet sammen med kommersielle og industrielle objekter og beskjeder blir objektene avledet fra sin objektive rasjonalitet samtidig som seksualitet som sådan blir avledet fra sin eksplosive fullendelse. Seksualitet har en gang for alle blitt en del av den grenseløse prosessen av produksjon og marginal differensiering fordi det er logikken av det sytemet som har 'frigjort' det som erotisk system og som individuell og kollektiv konsumfunksjon. Seksualitet slutter å være en faktor for felles opprømthet og blir et individuelt vanvidd for profitt. Alle er besatt av det og isolert gjennom besettelsen. Seksualiteten blir også bevisst på og bekymret over seg selv, men ikke i en puritansk forstand som skam, skyld eller anstendighet. Det er en individuell undertrykkelseskraft, en innvendig sensur som straffer den seksuelle frigjøringen. Sensuren dykker dypt ned i individets ubevisste og henter kraft fra de samme kildene som seksualiteten. Seksualiteten blir en privat affære, dvs. en som er overdrevent selvbevisst, narsissistisk og trett av seg selv. Men denne sensuren som det snakkes om er ikke en moralsk sensur, den straffer ikke bevisst seksuell oppførsel ved hjelp av bevisste imperativer; ”*The censorship which our society, in its sexual hyperaesthesia, sets in place is more subtle: it operates at the level of fantasies themselves and the symbolic function.*”<sup>111</sup> Denne prosessen av sensur foregår ikke på det bevisste og manifeste nivået av sexens forførende knep. Det finnes, ifølge Baudrillard, en enorm naivitet forbundet med forholdet mellom fantasi, det ubevisste og reklamen, hvor det ubevisste og fantasien møtes og denne kombinasjonen selger produkter. I virkeligheten, fortsetter Baudrillard, er det snakk om en mytologi som prøver å få *fantasmagoria* til å passere som *fantasi*. Målet er å fange individene gjennom falsk symbolikk, med myten om deres individuelle underbevissthet, for å få dem til å investere den som en konsumerfunksjon. Det er nødvendig for folk å tro at de har en underbevissthet, og at den underbevisstheten er projisert inn i og objektivisert i reklamens erotiske symbolikk som beviser at det underbevisste eksisterer og at det er riktig å tro på den og derfor ønske å avfinne seg med den – først på nivået for lesning av symboler, deretter gjennom anskaffelse av de varer som er utpekt av disse symbolene og bærer disse fantasiene. Baudrillard sier at vi trygt kan regne alt det erotiske materialet som omgir oss for fullstendig ’*culturalized*’; ”*It is neither fantasmic nor symbolic material, but simply atmospheric.*”<sup>112</sup> Det er hverken Begjæret eller det Ubevisste som taler, men den psykoanalytiske kulturen, eller subkulturen, som er blitt banal og vanlig og har fått innpass i ordinær kommersiell tale. Det Ubevisste snakker ikke i reklamen, det som snakker i reklamen refererer kun til

---

<sup>111</sup> *ibid.* s.145

<sup>112</sup> *ibid.* s.147

psykoanalysen slik den er etablert og integrert i det kulturelle systemet. Og det er ikke snakk om psykoanalysen som analytisk metode, men om psykoanalysens tegnfunksjon som noe ”*culturalized, aestheticized, mass-mediafied.*”<sup>113</sup> Reklamens og den moderne erotikkens helhet er satt sammen av tegn, og ikke av mening. Alt reklamens består av er tegn satt opp mot hverandre som kulminerer i merkenavnet (brand name) som er reklamens eneste virkelige beskjed.

## Konsumersamfunnet og fremmedgjøringens tidsalder

Baudrillard oppsummerer boken med å understreke at varens (commodity) logikk har blitt den rådende og styrer hele kulturen, seksualiteten og menneskelige relasjoner med fantasier og individuelle drifter inkludert. Alle funksjonene og behovene blir objektivisert og manipulert i forhold til profitt. Og som historisk kulminasjon av hele prosessen av økt produktivitet under kapitalens tegn, så er det også ”*the age of alienation.*”<sup>114</sup> I den generaliserte prosessen av konsum finnes det ikke lenger noen sjel, noen skygge, noen dobbel og noe bilde. Det finnes ikke lenger en motsetning eller problem mellom væren og tilsynekomst. Nå finnes kun overføring og mottagelse av tegn og individet forsvinner i denne kombinasjonen og utregningen av tegn. Det finnes ingen transcedens, fullendelse eller objektivitet lenger, samfunnet mangler refleksjon og perspektiv på seg selv. I mangel av transcedens er det heller ikke mulig å gjøre en pakt med djevelen for å oppnå velstand og ære – dette får man nå fra en veldedig, moderlig ambiens; overflodssamfunnet selv.

Konsumeren står ikke lenger i forhold til noe (speil) bilde av seg selv som konfronterer ham/henne med seg selv; ”*the individual no longer produces his reflection, but is absorbed in the contemplation of multiple signs/objects.*”<sup>115</sup> Konsumeren har på denne måten ingen egen identitet i kraft av seg selv eller sitt indre, men spiller ut sin ’personalization’ ved hjelp av forskjellige tegn. Han/hun definerer seg gjennom hans/hennes valg innenfor et spill basert på evnen til å kombinere forskjellige tegn. Baudrillard kaller dette den lekne (ludic) dimensjonen av konsumet og mener at den har fortrent den tragiske dimensjonen av identitet;

---

<sup>113</sup> *ibid.* s.147

<sup>114</sup> *ibid.* s.191

<sup>115</sup> *ibid.* s.192

*”Tragic duality /.../ had its great myths, all of them linked to the notion of a human essence and the inevitability of losing it – linked to the Being and its **spectre**. But the ludic ramification of the person into a spectrum of signs and objects, nuances and differences, which constitutes the basis of the consumption process and totally redefines the individual not as alienated substance but as shifting difference /.../ has not found an equivalent myth to embody the Metaphysics of Consumption”.*<sup>116</sup>

Dette skyldes at myter er uløselig knyttet sammen med transcedens og forsvinner sammen med det. Og hvis konsumersamfunnet ikke lenger produserer myter, sier Baudrillard, så er det fordi konsumersamfunnet er sin egen myte. Djevelen er fortrenget av Overflod, og pakten med djevelen er blitt erstattet av overflodens kontrakt. Overfloden finnes ikke, og konsumet er en myte, dvs. et samfunns samtidige beskrivelse av seg selv. Og på en måte er den eneste objektive konsumvirkeligheten idéen om konsum. På denne måten konsumerer samfunnet seg selv som konsumersamfunn, altså som idé.

## **En kort oppsummering av Baudrillard**

I denne delen har jeg sett på Baudrillard og hans tanker om konsumersamfunnet slik det fremstår i etterkrigstiden fremtil begynnelsen av 1970-tallet. Jeg har også knyttet det til teorier og teoretikere som jeg opplever som relevante for Baudrillards fortolkning av samfunnet. Da jeg anser Baudrillards teorier som svært anvendelige på Warhol både som kunstner, teatralt fenomen og sosialt fenomen, har jeg beskrevet deler av ”The consumer society – myths and structures”<sup>117</sup> forholdsvis detaljert. Fokuset har ligget på de delene av boken som omhandler media, kunst, personligheten og kroppen. Grunnen til dette er at jeg opplever disse forskjellige delene av virkeligheten som relevante i forhold til Warhol som kunstner og iscenesetter av sin egen myte. Kunsten fungerer da som det område hvor Warhol virker og arbeider, media fungerer som et av flere område hvor Warhols kunst og myte vises frem, mens personligheten og kroppen som tegn uten innhold er det Warhol viser frem gjennom sin pop persona.

---

<sup>116</sup> *ibid.* s.193

<sup>117</sup> *ibid.*

## **Del 4**

# **Om teatralitet og skuespill**

## Innledning

I denne delen av undersøkelsen skal jeg forsøke å lage en hensiktsmessig definisjon av teatralitet som kan brukes på Andy Warhol og om spill i det sosiale eller i virkeligheten. Jeg oppfatter teatralitet som et mer åpent begrep enn skuespill, og jeg skal her forsøke å understreke det jeg mener kan ses som forskjellene. Den definisjonen jeg ønsker å lage er ikke nødvendigvis direkte brukbar på andre teatrale fenomener enn Warhol eller innenfor en annen lesning av Warhol som teatral, men forhåpentligvis kan den også si noe interessant om vår sosiale virkelighet, som ifølge Anne-Britt Gran er preget av teatralitet.<sup>118</sup> Det er jo min hypotese at Warhol som fenomen på en eller annen måte utsier noe om vår virkelighet og at den mest hensiktsmessige måten å tolke Warhol på er gjennom begreper om en spesiell teatralitet som han benytter seg av utenfor teatret. Samfunnet som sådan kan sies å være teatralt gjennom sine iscenesettelser og sine rollespill. Nå er det ikke hovedsaklig Warhols forhold til sin egen rolle, altså om han spiller en annen enn den han 'virkelig' er, som opptar meg i denne undersøkelsen, men snarere strategiene bak rollen og dens funksjon i det sosiale. Det her altså ikke snakk om en iscenesettelse av sitt eget selv, sin personlighet, à la Goffmans<sup>119</sup> rollebegreper – kanskje tvert imot, for å lyde Baudrillardsk, er det snakk om en iscenesettelse av mangelen på en personlighet. Warhol er jo blitt tolket som mer postromantisk enn postmoderne i den betydningen at han inverterer de romantiske verdiene som inderlighet, ekthet, følsomhet osv. både i livet og i kunsten.<sup>120</sup> Men foreløpig skal vi la Warhol få hvile litt til før vi går grundigere inn i hans liv og levned, kunst og kunstnerrolle i neste kapittel.

Skuespill som almenbegrep brukes ofte om et spill som står i et eller annet forhold til en virkelighet. I media fremstilles skuespill gjerne som noe løgnaktig, noe forledende i forhold til det som er det ekte eller virkelige. Dette forutsetter at det finnes en indre virkelighet som det spilles i forhold til og spillet preges på en eller annen måte av avstand fra denne virkeligheten. Skillet mellom skuespillerens personlighet og rollen som spilles er vesentlig i denne forståelsen. Her forholder man seg til motsetningspar som sannhet mot skuespill, det virkelige mot det uvirkelig, det ekte mot det falske og innhold mot overflate. I teatret betyr skuespill *det som stilles til skue*, altså det spillet og den rollen publikum får presentert på scenen, skuespilleren er der forvandlet fra sin sedvanlige menneskelige situasjon til en scenisk virkelighet. Skuespilleren som spiller Estragon i *En attendant Godot* (Mens vi venter på Godot) oppfører seg anderledes og er en annen

---

<sup>118</sup> Anne-Britt Gran: Vår teatrale tid – om iscenesatte identiteter, ekte merkevarer og varige mén, Oslo 2004

<sup>119</sup> Erving Goffman: The Presentation of Self in everyday life, Garden City 1959

<sup>120</sup> Lars Fr. H. Svendsen: Kjedsomhetens filosofi, Oslo 1999

person utenfor scenen. I teatret fungerer også rommet som garantist for spillet, det vil si at når man ankommer et teater så vet man at man får presentert et skuespill og at rollene man ser er anderledes enn skuespillerne som spiller dem. I realistiske roller hvor skuespilleren gir illusjonen av å være den han gir seg ut for er det en forskyvning mellom personen og rollen. I det realistiske teatret er det nettopp et poeng å spille overbevisende, å imitere rollen så godt at illusjonen av at man faktisk er Nora i *Et dukkehjem* er absolutt. I teatret skal publikum forledes og lures, men ikke utenfor. I illusjonsteatret er det en slik sett en form for fordekning tilstede – man skjuler spillet gjennom å skjule seg selv. Realistisk teater oppleves derfor som mindre teatralt enn andre former for teater hvor spillet er synliggjort og hvor skuespilleren tydelig er både seg selv og rollen på scenen.

## **Richard Sennett og det offentlige menneskets fall**

Historisk tilhører det realistiske teatret – illusjonsteatret – den borgerlige og moderne epoke. Modernitetens begynnelse tilskrives ofte årstallene 1740-1750 og er preget av en avteatralisering av teatret og samfunnet. Richard Sennett beskriver denne utviklingen som et fall à la syndefallet i ”The Fall of Public Man”<sup>121</sup>. Sennett er sosiolog og sammenligner i denne boken uttrykksformer og tegn innenfor teatret med uttrykksformer og tegn i det offentlige. Han beskriver en utvikling fra en konvensjonell sosial uttrykksform til en kommunikasjon preget av intimitet – både på gaten og i teatret. Her vokser altså det realistiske teatret frem. Og det forholder seg til en forventning i samfunnet om at det er personligheten som garanterer for sannhetsgestalten i de tegn man viser frem.

I begynnelsen av den moderne epoken er teatret og offentligheten, ifølge Sennett, preget av at tegn er konvensjonelle, dvs. betydningen er bestemt utfra et sett regler som er gitt på forhånd. Offentligheten står her i sterkt kontrast til det private, forskjellige koder for kommunikasjon gjelder i de forskjellige områdene. Det private området er forbeholdt intimitet, selvavsløring og deling av følelser. Det er i det private relasjoner preget av personlighet utspiller seg. Det offentlige området på den annen side er preget av upersonlige relasjoner. Gester og tegn betyr noe her uavhengig av hvem (hvilken personlighet) som bærer dem. I teatret er det gitte bevegelser og gestikuleringer som forteller hva karakterene føler, og det er utførelsen av disse bevegelsene som beveger publikum. ”*In the theatre*”, sier Sennett, ”*there is a correlation between the belief in the*

---

<sup>121</sup> Richard Sennett: *The Fall of Public Man*, London & Boston 1993

*persona of the actor and belief in conventions.*"<sup>122</sup> Og videre; "*Conventions is itself the single most expressive tool of public life.*"<sup>123</sup> Dette er en kunstig struktur som sikrer kommunikasjon mellom fremmede i de fremvoksende storbyene i den tidlige borgerlige perioden, og denne kunstige strukturen som Sennett kaller teatralitet, har en fiendtlig relasjon til intimitet. Teatralitet og konvensjonalitet hos Sennett sikrer den borgerlige offentligheten som et upersonlig område hvor idéer og følelser kan utveksles uavhengig av personlighet. Denne teatraliteten er preget av en *presentasjon* av følelser som har betydning i seg selv, altså uavhengig av hvem som formidler disse følelsene. For at menneskene i storbyer som Paris og London skulle evne å være sosiale måtte de oppføre seg som skuespillere på den sosiale scenen. Det er her snakk om fremmede mennesker som utelukkende må forholde seg til de tegnene som presenteres for dem gjennom klær, gestikulering, tale osv. Kroppen ble i denne situasjonen behandlet som en mannekeng og talen ble oppfattet som et tegn snarere enn et symbol. Klær fungerte som tegn på sosial tilhørighet. Sminke og parykker var vanlig blant såvel herrer som damer blant eliten. Ansiktet var ikke uttrykkets *locus*, men en bakgrunn hvorpå man monterte ideogrammer av abstrakt karakter. Og det var kroppen som objekt for dekorasjon som bandt sammen scenen og gaten.

Sennett beskriver at det deretter skjer en erosjon av skillet mellom det offentlige og det private området av livet. Det offentlige rom som tilholdssted for det sosiale mennesket og det private rom som oppholdssted for det naturlige mennesket begynte, ifølge Sennett, å miste sin adskilthet etter den franske revolusjonen. Det private området er som antydning det som faller innenfor hjemmets fire vegger og som handler om intimitet og fravær av enhver maske. Her er uttrykk forstått som en *representasjon* av personligheten, altså en psykologisk forståelse av individet. I romantikken som epoke (ca.1800-1850) ble dette oppfattet som *naturlig* – og det naturlige ble oppfattet som godt og ekte og som motpol til det offentlige og sosiale som var preget av falskhet og dermed ondt. Det var den psykologiske personligheten som skulle fungere som garantist for ektheten og virkeligheten i det som ble uttrykt og ikke gitte konvensjoner som ble opplevd som iscenesatte og falske. Føydalstatens opphør og det mobile borgerlige samfunnets fremvekst, kombinert med en svekket religion som ledet til Guds død, forandrer menneskets oppfattelse av seg selv og den andre. Mens Gud tidligere hadde fungert som garantist for stand, virkelighet og sannhet, begynte nå Mennesket å ta over som garantist gjennom sin rasjonalitet og sin personlighet. I det offentlig og i teatret begynner personlighetens kode å gjelde; at de tegn som vises på scenen eller på gaten representerer personligheten og er tegn på den. Da blir troverdighet viktig, overbevisende spill

---

<sup>122</sup> *ibid.* s.37

<sup>123</sup> *ibid.* s.37



eller i virkeligheten mangel på spill blir regelen. Tale, klær og bevegelser blir dermed ikke lenger rene tegn som uttrykker noe i seg selv, men tegn som peker tilbake på hvem man er, hvilken personlighet man har. Personligheten er en indre bestandighet som alle uttrykk kan føres tilbake til. Og siden personligheten er unik for hvert individ, må også uttrykket være individuelt og unikt. Det å være sosial blir dermed å uttrykke unike sider ved seg selv med et fokus på ting som har med intimitet å gjøre.

Når teatraliteten slik Sennett beskriver den marginaliseres eller forsvinner som gyldig uttrykk i det offentlige og erstattes av en forventning om uttrykk som samsvarer med en personlighet og er autentiske og intime, oppstår det Sennett kaller intimitetens tyranni. Det er en essensialisme som regjerer, hvor jakten på det naturlige forstått som fravær av konstruksjoner og teatralitet styrer fortolkningen av tegn. Det naturlige står her som noe positivt mot det kulturelle som noe negativt, og drømmen om det naturlige definerer den romantiske tolkningen av mennesket. Kunstneren har her en spesiell plass siden det er kunstnerens oppgave å uttrykke seg, og etterhvert seg selv, sin personlighet og sin psykologi – som hos Edvard Munch og Jackson Pollock, som på forskjellige måter viser frem det private i sin kunst.

## **Guy Debord og skuespillersamfunnet**

Allerede da Sennett skrev ”The Fall of Public Man” i 1977 var intimitetstyraniet i forandring. Som vi har sett i kapitlet om Baudrillard har konsumerkulturen og mediene eksplodert over de vestlige landene og bragt med seg nye iscenesettende strukturer som merkevaren og ’the image’. Guy Debord fordømmer denne ’reteatraliseringen’ av samfunnet i ”The Society of the Spectacle”<sup>124</sup>, og hevder at kopien foretrekkes fremfor originalen og at representasjonen foretrekkes fremfor det som blir representert. Debord opererer med marxistiske begreper og hevder at skuespillet (the spectacle) har som hensikt å opprettholde og rettferdiggjøre de kapitalistiske klassestrukturene. Virkeligheten forsvinner og blir erstattet av skuespillet. Hos Debord får kritikken av skuespillet samme klang som romantikkens kritikk av teatraliteten i den borgerlige epoke. Det er et enkelt motsetningsforhold som vi allerede har sett; virkeligheten, autensiteten, naturen, det sanne og det ekte står mot skuespillet, løgngen, falskheten, det unaturlige og konstruerte. Debord sier at skuespillet blir virkelig, men det er snakk om en tilsynelatende virkelighet, og bakenfor den er den skjulte virkeligheten fremdeles intakt. Og skuespillets

---

<sup>124</sup> Guy Debord: The Society of the Spectacle, New York 1995

opprinnelse ligger nettopp her i verdens tap av enhet og virkelighet. (Her er vi farlig nærme Baudrillard og hans teorier om konsumersamfunnet.) Mens skuespillet hos Sennett baserer seg på gitte tegn, en konsensus om betydning og en tydelig distanse mellom skuespilleren og hans rolle, kan skuespillet hos Debord kun fungere fordi de gitte tegn og konsensusen om betydning er borte og fordi skuespilleren kun finnes som rolle. Dette er en forenkling fra min side, men den tydeliggjør forskjellen på Sennetts og Debords begrep om skuespill. Og det er heller ikke uten grunn at Sennett er nostalgisk på skuespillets vegne og Debord er nostalgisk på virkelighetens vegne. Baudrillards begreper om simulasjon bygger på Debord og "The Society of the Spectacle"; men mens Debord fremdeles tror på en virkelighet bak skuespillet hvor skjult den enn er, handler Baudrillards begreper om simulasjon nettopp om virkelighetens fravær eller simulasjonens virkelighet. Baudrillard mener det er nostalgi i den rette betydningen av ordet å lengte etter virkeligheten. Delningen mellom det offentlige og det private har implodert, for å bruke et Baudrillardsk begrep, og her forsvinner muligheten for Sennetts *theatrum mundi* fordi den er basert på tankegangen om en abstrakt garantist for betydning i det offentlige rom. Kategoriene 'det offentlige rom' og 'det private rom' utvisker hverandre og innfører en hybrid som domineres av det private roms krav for autentisitet og intimitet. I den realistiske betydningen av teatret og skuespillet som illusjon får vi et problem i den sosiale virkeligheten fordi selvets garanti for sannhet forsvinner idet muligheten for å *spille* autentisk og intim oppstår. Det er ved denne erkjennelsen Debord og Baudrillard står, men de tolker den på forskjellige måter; Debord som en løgnaktig dekkoperasjon for virkeligheten, Baudrillard som en avsløring av mangelen på en virkelighet overhodet.

Jeg har tatt utgangspunkt i Baudrillard fordi jeg oppfatter hans fortolkning av vår (post-) moderne situasjon som mer hensiktsmessig i en lesning av Andy Warhol som teatral. Tegnene står her ikke lenger i forhold til en bakenforliggende virkelighet, det være seg en gitt forståelse av dem som *presentasjon* eller en forståelse av dem som *representasjon* av en personlighet, men i forhold til hverandre. Når det personlige kan iscenesettes og struktureres blir det ikke lenger stående som en garantist for tegnets sannhet eller troverdighet. Tegnenes betydning blir dermed i utgangspunktet arbitrær, dvs. tilfeldig, og kan kun forstås utfra sitt forhold til andre tegn. Dermed får vi en tilstand hvor alle tegn iscenesettes mer eller mindre strategisk, og hvor alle tegn kan brukes som rekvisitter og bestanddeler i konstruksjonen av en rolle. Begrepet rolle her er litt misvisende fordi man kun kan operere med et slikt begrep i forhold til sin motsetning ikke-rollen.

## Anne-Britt Gran og vår teatrale tid

Her er det hensiktsmessig å se nærmere på Anne-Britt Grans rollebegreper i "Vår Teatrale Tid – om iscenesatte identiteter, ekte merkevarer og varige mén"<sup>125</sup>. Hun beskriver teatralitet på denne måten; "*Det teatrale beskriver det teateraktige, det som minner om teatret eller det som gir assosiasjoner til teatret*", og det teatrale er knyttet opp til "*to former for handling: Den å spille og den å iscenesette*".<sup>126</sup> Iscenesettelsens domene er regissørens og spillets domene er skuespillerens. Videre beskriver hun det teatrale som en relasjon, eller et fenomen som er relasjonelt, og ikke som en egenskap eller en ting i seg selv. Det er her snakk om to typer relasjoner; det teatrale står i relasjon til det som ikke er teatralt, det som oppfattes som autentisk eller virkelig, i tillegg er det teatrale alltid henvendt til et blikk, til en betrakter eller et publikum. Dette blikket kan også produsere teatralitet gjennom en spesiell måte å oppleve/betrakte verden eller virkeligheten på. Som nevnt står teatraliteten opp mot virkeligheten, eller det som oppfattes som virkelig, hos Gran, de spiller mot hverandre og på hverandre; "*det teatrale har forestillingen om noe ekte og uiscenesatt som sin forutsetning*".<sup>127</sup> Gran beskriver det virkelige eller det autentiske som omskiftelig i forhold til den sosiale og den historiske sammenhengen man befinner seg i. I tillegg til skillet mellom virkelighet/autentisitet og teatralitet innfører hun et skille innenfor begrepet om det teatrale; mellom det *uttalt* teatrale og det *uuttalt* teatrale. Det første er en teatralitet som spiller med åpne kort, som ikke skjuler at det er teatralt, som peker på at det er iscenesatt, mens det andre er en form for skjult teatralitet som tilsynelatende er virkelig og autentisk og gjør alt for å skjule sin iscenesettelse. Innenfor begge feltene opererer Gran med to undergrupper eller to plan; det fiksjonelle og det ikke-fiksjonelle. I forhold til det uttalt teatrale er musicalfilm eksempel på det fiksjonelle og karneval eksempel på det ikke-fiksjonelle, og i forhold til det uuttalt teatrale er realistisk teater eksempel på fiksjon og reality-tv eksempel på ikke-fiksjon. Gran begrunner innførelsen av begrepet om det uuttalt teatrale på denne måten;

*"Ved å innføre det nye skillet mellom en uttalt og en uuttalt teatralitet unngår vi å tenke i de tradisjonelle motsetningene fiksjon – virkelighet, teatral – realistisk, motsetninger som har preget både teaterpraksisen og teatervitenskapen altfor lenge. Det teatrale opptrer med eller uten fiksjon i både uttalte og uuttalte former."*<sup>128</sup>

---

<sup>125</sup> Anne-Britt Gran: Vår teatrale tid – om iscenesatte identiteter, ekte merkevarer og varige mén, Oslo 2004

<sup>126</sup> *ibid.* s.11

<sup>127</sup> *ibid.* s.12

<sup>128</sup> *ibid.* s.15

Videre henter Gran begreper fra performanceteorien for å beskrive ulike performative strategier i det offentlige og på scenen; hovedsaken her er *hvordan* noe utføres, eller fremføres. Fra Michael Kirby henter Gran begrepet om å spille (acting) eller ikke-spille (non-acting) og fra Richard Schechner har hun begrepene 'å være meg' (to be me), 'å være ikke-meg' (to be not me) og 'å være ikke-ikke-meg' (to be not not me); "Å være «meg» på en scene betyr å være helt seg selv. Å være «ikke-meg» betyr å være fullt og helt i den rollen man spiller /.../ det å være «ikke-ikke-meg» er en tilstand hvor skuespilleren verken spiller en rolle eller er sitt private selv på scenen – det er not-acting-prinsippet."<sup>129</sup> Det er denne siste formen for teatralitet, 'ikke-ikke-meg'-formen, som Gran beskriver som uttalt teatral. Det er en selvbevisst opptreden hvor man spiller på elementer hos seg selv men uten å bli privat, og denne bevisstheten oppstår i kontakt med et publikum.

## Michael Kirby; spill og ikke-spill

Michael Kirby beskriver i sin artikkel "On acting and not-acting" skuespill på denne måten; "To act means to feign, to simulate, to represent, to impersonate."<sup>130</sup> Men, fortsetter Kirby, ikke all fremførelse eller opptreden (performing) er skuespill. Kirby bruker her happeningen som eksempel på et område hvor det foregår en form for teater, men hvor de som opptrer ikke spiller eller gir seg ut for å være noen annen enn den de er. Vanligvis er skillet mellom spill (acting) og ikke-spill (not-acting) tydelig, men det er en grad (continuum) av oppførsel involvert som gjør at forskjellene kan være små. Og det er i disse diffuse tilfellene Kirby søker innsikt i teatrets natur. I forhold til ikke-spill opererer Kirby med begrepet 'nonmatrixed performing', dette begrepet gjelder for eksempel opptredende som ikke bærer noe form for kostyme eller har noen funksjon som forestilt eller representert karakter. Neste grad i bevegelsen mot 'acting'-begrepet kaller Kirby 'symbolized matrix', her spiller fremdeles ikke personen en rolle, men han/hun bærer en form for kostyme som representerer noe eller noen. Den opptredende oppfører seg som han/hun vanligvis ville gjort og på den måten representerer han/hun ingen elementer av en karakter, men han/hun utfører visse handlinger som inneholder en symbolsk verdi. Når karakteren og følelsen av å være et annet sted er fraværende, sier Kirby, ser vi en person, og ikke en skuespiller. Men hvis tegnene er sterke og forsterker hverandre, kan vi se en skuespiller selv om oppførselen er helt ordinær – dette kaller Kirby for 'received acting' og er et steg nærmere i bevegelsen mot

---

<sup>129</sup> *ibid.* s.16-17

<sup>130</sup> Michael Kirby: "On acting and not-acting", *The Art of Performance. A critical anthology*, red. Gregory Battcock og Robert Nickas, New York 1988s. 43

acting-begrepet. Dette kan gjelde statister som kun går over scenen iført kostymer. Men dette er fremdeles ikke-spill, sier Kirby, og fortsetter;

*”Nonmatrixed performing, symbolized matrix, and received acting are stages on the continuum from acting to not-acting. The amount of simulation, representation, impersonation, and so forth has increased as we have moved along the scale, but, so far, none of this was created by the performer in a special way we could designate as “acting.”*”<sup>131</sup>

Når Kirby så beveger seg gradvis bortover har han ankommet acting-begrepet. Vi er ikke lenger i not-actingens domene, men befinner oss i den enkleste formen for spill, som han kaller 'simple acting'. Hvis den opptredende gjør noe som helst for å simulere, representere eller utgi seg for noe eller noen, så *spiller* han/hun ganske enkelt; *”Acting can be said to exist in the smallest and simplest action that involves pretense.”*<sup>132</sup> Videre sier Kirby at spill eksisterer på et emosjonelt nivå snarere enn et strengt fysisk nivå. Spill kan eksistere i en presentasjon av følelser. Her kan man også snakke om å spille ut sine egne følelser som gjennom en bevissthet om betrakteren får en spesiell form eller struktur som understreker disse følelsene når de presenteres. Det som skjer i en slik situasjon er at skuespilleren *”are selecting and projecting an element of character – emotion – to the audience.”*<sup>133</sup> Og her spiller det ingen rolle om følelsen er skapt for å passe i den teatral situasjonen eller om den helt enkelt er forsterket. Her er vi også ved et viktig poeng hos Kirby, han sier nemlig at det kan være nettopp denne bruken og projeksjonen av følelser som skiller spill fra ikke-spill. Dette antyder at spill involverer en basal psykisk eller emosjonell komponent. Det må, heter det senere, en psykisk energi til som kan forvandle abstraksjon til personifikasjon. Neste og siste steg på veien fra ikke-spill til spill er 'complex acting'. Den enkleste formen for opptreden er den som kun benytter seg av et element eller dimensjon av skuespill. Komplekst spill blir da en form for opptreden som benytter seg av mange elementer og dimensjoner av skuespill samtidig. Den komplekse formen beskriver Kirby som bygget opp av enkle enheter og kan når som helst dekonstrueres.

Kirby beskriver skuespill som samtidig virkelig og uvirkelig og ikke nødvendigvis som motsetninger; *”From one point of view, all acting is, by definition, “unreal” because pretense,*

---

<sup>131</sup> *ibid.* s. 46

<sup>132</sup> *ibid.* s.46

<sup>133</sup> *ibid.* s.47

*impersonation, and so forth, are involved. From another point of view, all acting is real.*"<sup>134</sup>

Vanligvis går ikke teatret inn for å overbevise sine betraktere om at spillet er virkelig, men i enhver teatral situasjon som utspiller seg i et virkelig rom i 'realtime' er skuespilleren tilstede i virkeligheten samtidig som han/hun spiller en rolle. Med happeningen og lignende performative former fra begynnelsen av 1960-tallet settes konvensjonelle teaterbegrep på prøve fordi det innenfor spillet selv kan oppstå en usikkerhet hos publikum om hva som er virkelig og hva som er spilt. Happeningen utfordrer i særlig grad Stanislavski-metoden som i USA har dominans på denne tiden. Metoden baserer seg på den av den absolutte illusjon av personligheten til rollen som spilles – her er skuespilleren så usynlig som mulig, og rollen en overbevisende og troverdig personlighet. Denne metoden brukes i stor grad i realistisk teater og film. Happeningen bryter også opp andre aspekter av teatret som konstruert forestilling gjennom fravær eller nedtoning av manuskript, scenografi og lignende. Gjennom nedtoning av gitte virkemidler og strukturer åpnes spillet opp og bryter ned skillet mellom virkelighet og spill på scenen og i rommet. Dette kan ofte forsterkes gjennom å involvere publikum og bryte avgrensningen mellom scene og sal. Og det er nettopp på grunn av denne usikkerheten og utydeligheten av hva som er spill og hva som ikke er spill at Kirby konstruerer sin skalering av spill som et redskap til å måle grader av "*pretense, impersonation, feigning, and so forth.*"<sup>135</sup> Alle fem gradene av opptreden på skalaen fra ikke-spill til spill er like gyldige og like verdifulle, presiserer Kirby, men de hjelper oss å inkludere former for opptreden som ikke nødvendigvis kan kalles spill i et performance-begrep.

## **Richard Schechner; meg, ikke-meg og ikke-ikke-meg**

Richard Schechner har arbeidet med å utvide begrepene for opptredener og fremføringer som kan hjelpe oss å forstå de nye teaterformene som vokser frem fra 1960-tallet og utover. I boken "*Performance Theory*"<sup>136</sup> beskriver Schechner forskjellige typer spill og ser på likhetstrekk og forskjeller mellom performative strategier som rituale, teater, sport, shamanisme og lek. Han bygger sine teorier på sosiologiske og antropologiske undersøkelser av såkalt 'primitive' samfunn, altså samfunn som er ikke-sekulariserte i industriell og teknologisk forstand. Han bygger også på en trend i teaterteorien og teaterpraksisen fra Antonin Artaud, Jerzy Grotowski og Eugenio Barba som handler om å reteatralisere og revitalisere teatret ved å gjeninnføre elementer fra rituale og ved å hente inspirasjon fra utenomvestlige teaterformer. Grotowski, Barba og

---

<sup>134</sup> *ibid.* s.51

<sup>135</sup> *ibid.* s.53

<sup>136</sup> Richard Schechner: *Performance Theory*, Revised and expanded edition, New York and London 1988

Schechner selv har ved flere anledninger gått i dialog med forskjellige former for skuespill, dans og rituale i en utvekslingsprosess mellom kulturer. Fra 1967 til 1980 var Schechner kunstnerisk leder for The Performance Group, en New York-basert teatertrupp som blant annet undersøkte forholdet mellom publikum og de opptredende gjennom grep fra utenomvestlige kulturer. Jeg kan dessverre ikke komme inn på alle aspekter av Schechners teorier her, de er veldig komplekse og opererer med mange forskjellige modeller for forskjellige performative kunstarter. Jeg skal benytte meg av hans begreper om 'restored behavior' som definisjon av teatralitet og se om de kan utsi noe om spill og virkelighet som vi kan dra nytte av her.

Om happenings, for å begynne der vi slapp med Kirby, sier Schechner at

*"the unity of happenings depends upon permutational variations of programmed events. The logic of the computer, not the story-teller. One is thus not interested in the feelings of the performers or characters (if there are any). These feelings are by-products. What is interesting are the variations played out by human bodies and minds, machines, things, and space."*<sup>137</sup>

Det som er interessant i happeningen er altså ikke skuespillet som sådan, om man evner å spille en rolle godt, overbevisende eller levende, noe som ville være kriterier for det som Schechner kaller ortodokst teater, men variasjonene som kan spilles ut innenfor en gitt struktur av programmerte hendelser. Her oppløses de vanlige eller 'ortodokse' strukturene i det vestlige teatret fra barokken og frem som innebærer historier, karakterer, plot, linjær tid, handling og forløsning i lek/regler, rytme eller mønster, sirkulær tid, handlingsløshet og endeløshet. Happeningen imiterer altså livets rytmer og strukturer uten å komme med noen historier som ender i forløsning. Som vi også har sett hos Kirby innebærer happeningen en liten grad av spill og har sjelden karakterer. Vi skal se mer på happeningen senere og trekke inn Allan Kaprows begreper om happening, assemblage og environment.

Begrepene som Gran henter fra Schechner – 'to be me', 'to be not me' og 'to be not not me' – er hentet fra boken "Between theater & anthropology"<sup>138</sup> fra 1985. I andre kapittel, 'Restoring

---

<sup>137</sup> *ibid.* s.23

<sup>138</sup> Richard Schechner: *Between theater & anthropology*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1989

Behavior'<sup>139</sup>, introduserer Schechner disse begrepene etter en gjennomgang av hva han kaller 'restored behavior';

*"Restored behavior is living behavior treated as a film director treats a strip of film. These strips of behavior can be rearranged or reconstructed; they are independent of the casual systems (social, psychological, technological) that brought them into existence. They have a life of their own. The original "truth" or "source" of the behavior may be lost, ignored, or contradicted – even while this truth or source is apparently being honored and observed."*<sup>140</sup>

Slik jeg ser det minner 'Restored behavior' her om det Baudrillard snakker om som 'personalization' og 'culturalization'. Som vi husker handler det hos Baudrillard om at kulturen og personligheten som sådan har gått tapt og blir reprodusert som *tegn* på kultur eller personlighet. Dette skjer hos Baudrillard gjennom simulasjon. Schechner hevder at 'restored behavior' er *"the main characteristic of performance"*<sup>141</sup> og at det er til stede i alle former for opptreden eller fremførelse (performance) fra shamanisme og eksorsisme til dans og teater og sosiale dramaer. I disse ritualene og kunststartene eksisterer det en opplevelse av at oppførselen (adferden, opptreden) er adskilt fra den som oppfører den. Derfor kan oppførselen bli lagret, overført, manipulert og forandret. 'Restored behavior' er således adskilt fra selvet, og det er en distanse mellom den som restaurerer adferden og selve adferden. På grunn av denne distansen kan adferden bli øvet på, forandret og forbedret.

*"Restored behavior is symbolic and reflexive: not empty but loaded behavior multivocally broadcasting significances. These difficult terms express a single principle: The self can act in/as another: the social or transindividual self is a role or set of roles."*<sup>142</sup>

Selvet kan altså også fungere som en rolle eller en adferd som kan restaureres. Et eksempel på denne typen 'restored behavior' kunne være Jeffrey Wrights rolle i filmen "Basquiat" (regissert av Julian Schnabel). Wright spiller her rollen som den berømte sorte maleren Jean-Michel Basquiat som levde i New York fra 1960 til 1988. Hovedsaklig dreier filmen seg om Basquiats liv fra slutten av 1970-tallet og frem til hans død, med et fokus på hvordan kunstverden behandlet

---

<sup>139</sup> *ibid.* s.35-116

<sup>140</sup> *ibid.* s.35

<sup>141</sup> *ibid.* s.35

<sup>142</sup> *ibid.* s.36



ham som en vare og hvordan han ble offer for såvel markedskreftene som narkotikamisbruk. Regissøren og kunstneren Julian Schnabel kjente selv Basquiat personlig og ønsket å bekjempe endel rykter som florerte i New York i tiden etter hans død. Det at personene og hendelsene er historiske gir filmen en nærmest dokumentarisk dimensjon, og det er helt sikkert målet å fortelle historien slik 'den virkelig var'. Wright gjør en veldig overbevisende rolle som Basquiat, han gjør en gjennomført restaurering av Basquiats personlighet. Men nettopp det at en skuespiller med litt talent kan imitere så overbevisende en person som har eksistert bekrefter Schechners påstand om at selvet (eller tegnene på selvet) kan restaureres. Også David Bowie gjør en overbevisende rolle i filmen som Andy Warhol, kanskje mer overbevisende enn Andy Warhol selv.

'Restored behavior' er noe utvendig, noe synlig, man kan ikle seg det som en maske eller et kostyme. Og siden det er synlig fra utsiden kan det også forandres og forbedres. Opptredener (performance) involverer alltid en form for valg, eller iallefall illusjonen av valg – man kan velge mellom kostymer, masker eller måter å utføre gester, bevegelser eller ansiktsuttrykk; "*There is a continuum from the not-much-choice of ritual to the lots-of-choice of aesthetic theater.*"<sup>143</sup> Så uansett hvor overbevisende og autentisk en rolle spilles så har den blitt øvet, forandret og forbedret for å fungere som rolle – elementer er valgt bort, elementer kommet til. (Her kommer vi ikke til å gå inn i filmen som medium og de valgene som tas i forhold til kameravinkler, klipping og manuskript.) 'Restored behavior' er, fortsetter Schechner, nettopp det å opptre som om man er noen andre, eller som om man er ved siden av seg selv eller ikke seg selv. Denne 'noen andre' kan også være en selv i en annen sinnstilstand eller følelsesmessig tilstand, som om det finnes et utall selv i hver person. Forskjellen mellom å fremføre seg selv og mer formelt å presentere seg selv – her bruker Schechner Goffmans begreper – er ikke en forskjell av type, men av grad sier Schechner. Det er også en gradvis sammenheng mellom det å 'presentere' seg selv og det å 'presentere' andre. 'Restored behavior' tilbyr både individer og grupper muligheten til igjen å bli det de engang var – eller oftest å igjen bli det de aldri var men ønsket at de var eller ønsker å bli, sier Schechner. Her arbeider Schechner med en modell hvor han plasserer 'meg' i midten – i nåtiden – og oppførselen som skal restaureres i fortiden og den faktiske restaureringen – fremførelsen – i fremtiden. Fortiden kan her være faktisk og historisk eller mytisk og fiksjonell. Ofte forskyves den historiske fortiden og blir en fiksjonell fortid. På samme måte kan fremtiden være en restaurert hendelse eller en restaurert ikke-hendelse. Også her forskyves ofte den restaurerte hendelsen til en restaurert ikke-hendelse. Dette skjer hvis den fortidige historiske hendelsen forskyves og blir en fortidig fiksjonell hendelse. Måten 'meg' restaurerer den fortidige

---

<sup>143</sup> *ibid.* s.37

hendelsen til en fremtidig hendelse er gjennom øvelse (rehearsal). Som eksempel på en restaurert hendelse som forskyves gir Schechner oss en beskrivelse av en dokumentarfilm av et vedisk rituale – agnicayana – fra 1975. Filmen, *Altar of Fire*, varer 45 minutter mot det filmede ritualets tolv dager, og inneholder ifølge Frits Staal og Robert Gardner som sto bak filmatiseringen opptak av verdens eldste overlevde ritual. Det Schechner problematiserer her er omstendighetene rundt ritualet som setter spørsmålsteget ved autentisiteten eller muligheten av en autentisitet i forhold til det opprinnelige ritualet. Vi skal ikke her gå inn i en dyp undersøkelse av filmens forhold til ritualet, men bare nevne noen av Schechners påstander omkring graden av restaurert faktisk hendelse – ritualet slik det faktisk forekom – og graden av restaurert fiktiv hendelse. For det første ville ikke ritualet ha forekommet om ikke vestlige investorer hadde stilt kapital til rådighet i forbindelse med filmatiseringen. Videre unnlot man å ofre dyr ved ritualet i 1975 av politiske og sosiale årsaker, selv om det i det opprinnelige ritualet ble ofret geiter. Isteden var offerritualet gjennomført med rismel og bananblader. Videre så var dette som mange andre ritualer et rituale hvor mange av hendelsene og handlingene utspilte seg simultant og over et stort område. Film og lydopptak som sådan fokuserer på en ting av gangen og definerer den eller de som blir tatt opp som hovedpersoner. Disse kontekstuelle og medielle situasjonene og mer til er med på å skyve det historiske ritualet over i en fiktiv tilstand. Og filmatiseringen påvirker ikke bare vår opplevelse av det faktiske ritualet i 1975, men også de fortidige ritualene som har funnet sted i tusener av år. Fortiden blir fiktiv gjennom filmatiseringen. De samme mekanikkene er tilstede i såkalte 'restored villages', altså historiske byer som er restaurert og blåst liv i på nytt. Arkitekturen bygges opp etter kunnskaper fra den perioden som byen er fra, ofte nybyggertiden, og 'innbyggerne' opptrer i drakter fra denne tiden. Disse byene bygges for turisme med et historisk og pedagogisk alibi. I noen av byene går man så langt som til å la de som spiller innbyggere opptre i rollene som faktiske mennesker fra byen som er restaurert og leve deres liv. Disse byene er bygget med utgangspunkt i historisk kunnskap om den tiden de eksisterte og om livet som ble levd der. De rollene som blir spilt av moderne amerikanere som innbyggere som levde der for flere hundre år siden blir gjerne nøye øvet inn, språket fra den tiden blir imitert, mulig personlighet blir skapt og så videre. I så stor grad som mulig later man som om man er tilstede i denne byen og denne tiden og at fremtiden – vår samtid – ikke har skjedd. Men som med ritualet ovenfor restaureres denne adferden for 'salg' eller for interesserte blikk. Konteksten styrer innholdet. For eksempel stenger disse byene om kvelden, og holder stengt om vinteren. Og da går skuespillerne hjem, eller tilbake inn i vår tid.

Begrepene 'me', 'not me' og 'not not me' låner Schechner fra en britisk psykoanalytiker som heter D. W. Winnicott og som har studert relasjonen mellom mor og barn med fokus på hvordan spedbarnet lærer å skille mellom 'meg' og 'ikke meg'. Winnicott kaller visse objekter for overgangsobjekter – objekter som finnes mellom mor og barn men som ikke tilhører noen av dem – morens bryst, visse spesielle leker, spesielle tepper og lignende. Omstendighetene hvor disse overgangsobjektene ble brukt konstituerte overgangsfenomener. Winnicott mener her å påvise en mellomtilstand mellom spedbarnets manglende evne og spedbarnets voksende evne til å gjenkjenne og akseptere virkeligheten. Denne mellomtilstanden er forbundet med *illusjonen* som fenomen. Og det eneste fysiske beviset vi har for barnets bevegelse fra en tilstand av ren subjektivitet mot det objektive er disse overgangsobjektene.

*"The most dynamic formulation of what Winnicott is describing is that the baby – and later the child at play and the adult at art (and religion) – recognizes some things and situations as "not me ... not not me." /.../ In children the movement from "not me" to "not not me" is seen in their relationship to security blankets, favorite toys that cannot be replaced no matter how old, dirty or broken. Play itself deconstructs actuality in a "not me ... not not me" way. The hierarchies that usually set off actuality as "real" and fantasy as "not real" are dissolved for the "time being", the play time. These same operations of dissolving ordinary hierarchies, of treasuring things beyond their ordinary worth, of setting aside certain times and places for the manipulation of special things in a world defined nonordinarily: this is also a definition of the workshop-rehearsal process, the ritual process, the performance process."*<sup>144</sup>

Slik jeg ser det kunne Schechner gjerne fortsatt med at dette også i stor grad definerer konsumersamfunnet. Hierarkiene som setter aktualitet opp som "virkelig" og fantasi opp som "uvirkelig" løses opp gjennom media – reklamen har som vi har sett hos Baudrillard nettopp denne funksjonen. Og på den måten utviskes skillet mellom 'play time' og 'real time'. Det å gi ting verdi og betydning bortenfor sin ordinære verdi utviskes også. Nettopp begrepet ordinær verdi er under angrep i konsumersamfunnet fordi verdibegrepet er så vagt og udefinerbart, som vi allerede har sett på hos Baudrillard. Det er umulig å måle en reell verdi hos noe objekt nettopp på grunn av den måten vi investerer betydning og følelser i ting vi konsumerer. Vi skal ikke dvele ved konsumersamfunnet eller Baudrillard akkurat her, men fortsette med Schechner og hans begreper om 'me', 'not me' og 'not not me'.

---

<sup>144</sup> *ibid.* s.110

'Restored behavior' av alle typer – ritualer, teatraler opptredener, 'restored villages' – er alle overgangsfenomener. Elementer som er 'not me' blir 'me' uten å miste sin karakter av å være 'not me'. Dette er en dobbel negativitet som ifølge Schechner karakteriserer symbolske handlinger. Når en opptredende (performer) gjennomfører en opptreden har han ikke lenger et 'me' men et 'not not me' – og denne dobbelt negative relasjonen viser hvordan 'restored behavior' er simultant privat og sosialt. En person som opptrer gjenvinner seg selv eller sitt eget selv kun gjennom å gå ut av seg selv og i møte med de andre i et sosialt felt. Bevegelsen er fra 'meg' via det andre – 'ikke-meg' – til det som både er 'meg' og 'ikke-meg' samtidig; 'ikke-ikke-meg'.

*"A performance "takes place" in the "not me ... not not me" between performers; between performers and texts; between performers, texts, and environment; between performers, texts, environment, and audience. The larger the field of "between", the stronger the performance."*<sup>145</sup>

Som allerede nevnt i forbindelse med Grans "Vår Teatraler Tid – om iscenesatte identiteter, ekte merkevarer og varige mén" er altså 'performance' eller teatralitet et relasjonelt fenomen. Det er ifølge Schechner noe som er avhengig av et mellomområde mellom det som er 'meg' og det som er 'ikke-meg'. Hos Brecht er verfremdungs-grepet nettopp er grep for å synliggjøre dette mellomområde, det å hoppe frem og tilbake mellom den tydelig spilte rollen og den tilsynelatende ikke-rollen. Men dette mellomområde befinner seg også mellom de/n opptredende og en tekst som ikke nødvendigvis er en skrevet tekst men en (mer eller mindre) definert struktur eller oppbygning av opptreden. Selv improvisasjon bygger på gitte regler for opptreden. Dette mellomområdet strekker seg også videre til omgivelsene for opptreden, og ikke minst publikum. Publikum spiller også en rolle som publikum. De bringer med seg forventninger, forhåpninger og forforståelse som påvirker opptreden. Schechner er spesielt opptatt av disse mellomområdene og han undersøker i flere av sine oppsetninger hvordan disse kan struktureres (jfr. "Performance Theory").<sup>146</sup>

'Workshop-rehearsal'-prossessen er det grunnleggende maskineriet for restaureringen av adferd, hevder Schechner. Denne prosessen er den samme i teater og rituale. Og den grunnleggende

---

<sup>145</sup> ibid. s.113

<sup>146</sup> Richard Schechner: Performance Theory, Revised and expanded edition, New York and London 1988

funksjonen til teater og rituale er å restaurere adferd. Øvelsens første fase bryter ned den opptredendes motstand og gjør ham/henne til 'blanke ark'. Dette gjøres enklest og mest effektivt gjennom en fremmedgjøring i forhold til sted og tid. Den andre fasen er en hvor ny adferd utvikles eller gammel adferd blir restaurert. Men ny adferd er i virkeligheten en ny måte å arrangere gammel adferd eller utførelsen av gammel adferd i nye omgivelser. I den tredje fasen blir den restaurerte adferden øvet på til den får form av å være 'second nature', altså familiær og trygg. Den avsluttende delen av den tredje fasen er den offentlige opptredenen eller fremførelsen av adferden for et publikum. Ritualer bygges opp av at man restaurerer lange 'strips of behavior' som gir følelsen av kontinuitet og tradisjon. Teater bygges gjerne opp av at man restaurer korte 'strips of behavior' som settes sammen på forskjellige måter for at fremførelsen skal virke ny.<sup>147</sup>

Schechner er altså opptatt av rituale, antropologi og sosiologi og deres forhold til performance og teater, og hans studier inkluderer gjerne sammenligninger mellom fenomener fra utenomvestlige kulturer og fenomener fra vestlige – euro-amerikanske – kulturer. Hos Kirby er det happeningens manglende spill som inkluderes i et begrep om opptreden (performance) og en gradvis bevegelse fra ikke-rollen til rollen som undersøkes. Gran på sin side er opptatt av vår økonomiske og medierte virkelighet som hun konstruerer begrepene om uttalt og uuttalt teatralitet for å forstå. Vi skal komme tilbake til Gran nedenfor, men først skal vi innom Allan Kaprows begreper om happenings, assemblages og environments.

## **Allan Kaprow; assemblages, environments og happenings**

I 1966 kom boken "Assemblage, Environments & Happenings"<sup>148</sup> som var skrevet av Allan Kaprow. Den var en introduksjon til en retning som begynte å skride frem i kunsten fra 1959 og utover som Kaprow selv var en meget aktiv del av. Boken handler i stor grad om bakgrunnen og teoriene omkring denne retningen og dens utvikling. Og den har som mål å skissere en oversikt over disse fenomenene fra et samtidig ståsted. I ettertid har denne boken blitt stått som en av nøkkelen til å forstå begrepet og fenomenet *happening* og dets plass innenfor kunsten. Boken ble i stor grad skrevet i 1959, men ble redigert og revidert flere ganger på begynnelsen av 1960-tallet til den til sist ble utgitt i 1966. Bokens styrke og det som har gjort den aktuell for ettertidens

---

<sup>147</sup> Richard Schechner: *Between theater & anthropology*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1989

<sup>148</sup> Allan Kaprow: *Assemblage, Environments & Happenings*, Harry N. Abrams, Inc., New York, 1966

nysgjerrige er kanskje nettopp Kaprows blikk på sin egen samtid samtidig som han selv sto for og deltok i mange av de hendelser som ble igangsatt på denne tiden.

Den bildende kunsten er på denne tiden inne i et kritisk vendepunkt; skillet mellom maleri og grafisk kunst løses opp, og det samme gjelder skillet mellom maleri og collage, mellom konstruksjon og skulptur, og mellom større konstruksjoner og arkitektur. Kunstnere har i lang tid arbeidet med verkene som om de er løsrevet fra verden omkring seg og bare er en verden i seg selv, sier Kaprow, mens avant-garden på ny begynner å bli oppmerksom på den sammenhengen verket inngår i og dens posisjon i den virkelige verden. I arkitekturen vises dette gjennom bygninger som oppstår fra en følelse for naturen selv og i forlengelsen av den – arkitekturen blir organisk, spontan og gir en følelse av det uplanlagte; eksemplet han gir oss er Guggenheim Museum i New York med sine kurvede vegger og sine spiraler som bryter sterkt med de tradisjonelle vertikale matrisene i New Yorks moderne arkitektur. For Kaprow er det moderne galleriets arkitektur, den såkalte hvite kube, et problem fordi den nye kunsten må gjøre store kompromisser for å passe inn i en slik sammenheng. Den hvite kuben er streng og begrensende for verkets dynamiske karakter; *”In short, contemporary art has moved out of its traditional limits.”*<sup>149</sup> Og det har derfor oppstått en bevissthet om rommets karakter av å være ramme eller format. Mens tidligere generasjoner har gjort bruk av denne rammen som plattform og forsøkt å bryte den opp innenfra, har mange unge kunstnere på 1950-60-tallet begynt bevisst å søke ut av denne rammen.

Kaprow tilskriver denne utbrytertrangens opprinnelse til collagen og dens inntreden i kunsten i 1912. Kubismen, dadaismen og surrealismen fortsetter denne brytningen av rammebetingelsene for maleriet, og etter andre verdenskrig sier Kaprow, *”with the collages and constructions created in the United States, a big step was taken.”*<sup>150</sup> Disse amerikanske arbeidene ble friere og løsere i form og større i skala enn noe som var laget i Europa. Samtidig ble fremmede materialer introdusert i maleriet, som tre, strå, maskindeler, avispir osv. Og det ble vanskelig å holde balansen mellom maleriet som flatt objekt og maleriet som tredimensjonalt objekt eller relieff i sjakk. Alternativet til det ”rene”, flate maleriet viste seg å være det som nå kalles assemblages og environments. I utgangspunktet er de det samme, det eneste som skiller dem er størrelse; *”Assemblages may be handled or walked around, while Environments must be walked into.”*<sup>151</sup>

---

<sup>149</sup> *ibid.* s.154

<sup>150</sup> *ibid.* s.158

<sup>151</sup> *ibid.* s.159

Prinsippet for dem begge kaller Kaprow ”*extension*” – det handler om å sette sammen materialer som man har for hånden og gi dem en hvilken som helst form. Her er det altså ikke noen rammebetingelser å ta hensyn til slik det er det i et maleri. Det er en prosess som arbeider seg innenfra og utover, man begynner med noen få elementer som i beste fall blir plassert i forhold til kunstnerens kropp og rommet. Selv om rommet fungerer som ramme for verket er en dypere involvering med det aktuelle rommet viktig. Kaprow mener at assemblages og environments er arvtagere av maleriet, men at de tilbyr en ustabilitet fordi betrakteren hele tiden kan bevege seg i forhold til verket og slik forandre opplevelsen av rom og distanse. Og siden verket settes sammen av allerede eksisterende materialer – ready-mades – henviser det til virkeligheten utenfor gallerirommet og tilbyr et utall assosiasjoner forbundet med det gjeldende materialet – som for eksempel en hatt eller et klesplagg – samtidig som det oppnår en ny betydning i den nye sammenhengen det er satt i. Det som skiller mindre assemblages fra skulpturen er nettopp denne sammensetningen av diverse materialer. Skulpturen forholder seg fremdeles til en enhet av materiale som assemblages ikke er begrenset av. Et annet trekk ved assemblages og environments som Kaprow trekker frem er en bevisst bruk av forgjengelig materialer som både problematiserer kunstens varige og håndverksmessige kvaliteter og på et mer fundamentalt nivå artikulere forandring og konsumerproduktets forgjengelighet. Kaprow påpeker også den forgjengelige kunstens egenskap av å være virkelig og at den tematiserer virkeligheten forstått som konstant metamorfose. Det er altså i kraft av å være virkelig og foranderlig at assemblages og environments har sin kunstneriske betydning. Forandring antyder også et form-prinsipp for en kunst som aldri avsluttes, som kan plukkes fra hverandre og settes sammen på utallige nye måter uten at det skader verket som sådan. Forandring som form-prinsipp henger også sammen med en bruk av tilfeldigheter i arbeidsmetoden og en mangel på total kunstnerisk kontroll over verket. Dette skjer fordi publikum inviteres til en deltakelse i meningsdannelsen på et mer involvert plan enn tidligere.

Når det gjelder forholdet mellom forandring (Change) og tilfeldighetene (Chance) sier Kaprow følgende; ”*The rules of Chance are external to persons and history, while Change /.../ is dependent upon human experience.*”<sup>152</sup> Tilfeldighetene er altså noe utenfra som påvirker verkets utfoldelse, det kan være været, materialets holdbarhet, o.l., mens forandring er noe som oppleves av de som er involvert i verket – kunstnere og/eller publikum. Kunstneren selv kan også igangsette en tilfeldig utvelgelse av materiale, plassering av materiale osv. gjennom for eksempel terninger eller en roulette. Gjennom bruk av tilfeldigheter kan kunstneren som entitet i stor grad

---

<sup>152</sup> *ibid.* s.175

opløses, men han kan aldri helt oppløses, ”for others must be aware of the artist’s disavowal of authorship if its meaning is not to be lost.”<sup>153</sup> Her er vi i nærkontakt med deler av Warhols kunstneriske strategi. Warhol igangsetter nemlig en prosess av total avstand fra verket, gjennom silketrykkprosessen fjerner han kunstnerens direkte involvering med materialet. Gjennom sin fabrikk (the Factory) får han andre til å produsere sine verker, og gjennom masseproduksjon forsvinner kunstverket som original og skillet mellom kunst og ’commodity’ oppløses. Det eneste tegnet på kunstnerens involvering er hans signatur, ikke som garantist for Warhols deltakelse – Warhols signatur ble gjerne skrevet av noen andre på ’the Factory’ – men som brand-name. Og når kunstnerens deltakelse i sin egen kunst blir minimal, blir iscenesettelsen av kunstnermyten desto viktigere. I allefall for Warhol som i stor grad problematiserer virkeligheten og kunsten og den etterhvert så tynne linjen som skiller dem. Dette skal vi komme tilbake til senere når vi undersøker Warhol som merkevare.

Kaprow mener at det er i kunstnerens reduksjon av kontroll over verket og i en inkludering av virkeligheten i verket gjennom ready-mades at skillet mellom livet, estetikken, etikken og religionen blir usynlig. Resultatet av denne logikken er at alle kan være kunstnere og alt kan være kunst. Derfor mener Kaprow at det er essensielt for alle kunstnere å være bevisste på forholdet mellom ’Change’ og ’Chance’; forandring (av et materiale e.l.) skapes av kunstneren, mens tilfeldighetene kan settes i gang av kunstneren, men uten den typen kontroll som er tilstede i forandring. Bruken av ’Chance’ kan fort fungere som et middel til å fornekte kunsten og selvet. Men å bruke tilfeldighetene som element i kunsten er likevel en handling og en personlig sådan, fordi når man *braker* noe så er man involvert på et eller annet nivå. Det samme kan sies om ready-mades og valget hos Duchamp<sup>154</sup> – når man velger noe er det en aktiv avgjørelse tilstede, selv om man skulle velge noe med bind for øynene ville det være en grad av bevisst valg tilstede, nemlig det å ha bind for øynene.

Slik jeg ser det tematiserer Warhol dette i høy grad gjennom sin kunst og sin persona fordi han streber mot å være en maskin – en maskin som ikke tar avgjørelser men bare produserer ’kunst’. Baudrillard kaller dette maskinelt snobberi<sup>155</sup>, og jeg skal senere se på denne maskinelle siden av Warhol og prøve å konstruere et begrep om en maskinell teatralitet som kan forklare disse

---

<sup>153</sup> *ibid.* s.180

<sup>154</sup> Fenomenet ready-made tilskrives gjerne Marcel Duchamp som oppfattet kunstens tilblivelse som basert på valg fremfor skapelse, Duchamp satte spørsmålstegn ved den kunstneriske prosess gjennom bl.a. å plassere et urinal i kunstgalleriet.

<sup>155</sup> Jean Baudrillard: *The Perfect Crime*, Verso, London & New York, 1996 s. 75-84



aspektene av Warhols pop persona. Jeg kommer mer inn på disse begrepene nedenfor i en diskusjon om kameraet og offentligheten som spesielle blikk.

En av hensiktene med å benytte seg av tilfeldighetene i kunsten er, ifølge Kaprow, å bryte opp definerte former når det gjelder grupperinger, relasjoner og større strukturer som er blitt ”*obsolete and habitual through overuse*.”<sup>156</sup> Når vante mønstre i livet eller kunsten (eller andre steder) blir utfordret gjennom nye variasjoner fremtrer nye erfaringer. Videre sier Kaprow om tilfeldighetene at ”*Chance, therefore, is a dramatic affair involving both our need for security and our need for discovery or risk*.”<sup>157</sup>

Siden den hvite kuben, det konvensjonelle moderne galleriet med hvite rette vegger, i liten grad tilbyr en interaktivitet mellom publikum og kunstverket på grunn av sin karakter av å være sanatorium for kunsten, mener Kaprow at det er essensielt å ta environments ut av galleriet og inn i den virkelige verden – som for eksempel et gatekryss, en fabrikk, på stranden e.l. Her er det hos Kaprow en ganske radikal utfordring i forhold til kunstverkets vilkår, og naturlig nok de økonomiske strukturene rundt verket. Et kunstverk som vises på en gatestump og som publikum kan forandre på og som kanskje forsvinner (råtner, går i stykker e.l.) i løpet av utstillingsperioden lar seg vanskelig selge og oppbevare på samme måte som et Munch-maleri. På et fundamentalt plan er environments og happenings like. De er den passive og den aktive siden av det samme fenomenet hvis prinsipp er ’extension’. Happeningen kan sies å ha oppstått ut av environments, men et essensielt materiale i happeningen er mennesket – en eller flere ’performer(s)’, noen som gjør noe. Den frie stilen og de oppløste rammebetingelsene fra assemblages og environments tas med inn i happeningen som igjen blander det med performative elementer. Publikum opprettholder et skille mellom sal og scene, sier Kaprow, noe som skyldes de kulturelle forventningene som er knyttet til teater. Men det er et poeng for Kaprow at happenings ikke er teater (i konvensjonell forstand), og han har en forventning til at publikum skal involveres på samme måten som i assemblages og environments. Han ramser så opp noen tommelfingerregler for å unngå de problemene som han mener happeningen sliter med. Først av alt så bør skillet mellom liv og kunst holdes så flytende og utydelig som mulig. Temaer, materialer, handlinger og forholdet mellom dem bør hentes fra alle andre områder enn kunsten og dets miljø. Fremførelsen av en happening bør finne sted på forskjellige steder, fordi å begrense seg til en lokasjon minner

---

<sup>156</sup> Allan Kaprow: *Assemblage, Environments & Happenings*, Harry N. Abrams, Inc., New York, 1966 s.181

<sup>157</sup> *ibid.* s.181

for meget om vanlig teater og blir statisk. Tiden bør også deles opp på samme måte, den bør ikke være kontinuerlig, men variabel. Det behøver ikke å være noen rytmiske forbindelser mellom de forskjellige delene av en happening. Hapningen kan gjerne skli inn og ut av de opptredendes vanlige liv. Videre i oppløsningen av skillet mellom liv og kunst beskriver Kaprow at ” *some artists are earnestly proposing a lifetime Happening*”<sup>158</sup>.

Jeg vil argumentere for at Warhols pop persona kan betraktes som en slik livslang happening og 'the Factory' som en av mange *locus* hvor denne happeningen foregår. På 'the Factory' inngår de ansatte – Warhols 'superstars' og assistenter – som involverte deltakere i de iscenesettelsene som Warhol produserer. Her er det ikke snakk om noen form for publikum – eller formulert annerledes – publikum fungerer som aktører i det som foregår og aktørene fungerer som publikum. Dette minner om leken hvor de involverte både inngår med roller eller oppgaver samtidig som de er tilstede med en bevissthet om leken som sådan og rollespillet. Barn som leker mor, far og barn spiller ikke for noen andre enn seg selv og definerer reglene underveis med en bevissthet om at det spilles roller – man kan gjerne endre rollen i løpet av leken eller inkludere andre roller om flere kommer til. Men det finnes likevel et publikum hos Warhol – et blick som Anne-Britt Gran snakker om – som eksisterer gjennom offentligheten – de som ikke er inkludert i spillet med roller, eller har rollen som betrakter – og media. Warhol og hans 'entourage' spiller altså både for seg selv – utprøver roller og identiteter, bygger historier underveis osv. innad i gruppen – og for et 'ytre' eller 'eksternt' publikum i kraft av offentligheten og media. For 'the Factory superstars' var mye av målet med spillet å komme oftest mulig i avisen eller på tv. Hvordan Warhol konstruerer en scene hvorpå han selv og hans omgangskrets kan utspille sine roller skal vi se mer på etter at vi er ferdig med å undersøke teatralitetsbegreper som vi holder på med her. Målet hos Kaprow – slik det også er det for Warhol – er å bryte barrieren mellom kunst og liv, og happeningen er det grepet Kaprow benytter for å muliggjøre denne overskridelsen mellom kunst og liv, mellom kunstighet og virkelighet.

Hapningen bør være en engangsforeteelse, sier Kaprow, av to grunner; for det første for å avstå fra konvensjoner forbundet med teateret – at en forestilling gjentas for et nytt publikum; og for det andre for ikke å kompromittere hele konseptet omkring tilfeldighetene (Chance) som er et viktig prinsipp for Kaprow. Repetisjon er tilgivelig hvis happeningen er konstruert for å gjennomføres betydelig forskjellig fra hver gang. Det følger naturlig av happeningens grunnstruktur at publikum må fullstendig elimineres siden alt og alle som er tilstede bør

---

<sup>158</sup> *ibid.* s.193

integreres i happeningen. Publikum er kun dødt areale, sier Kaprow, fordi menneskene ikke her fungerer som publikum eller observatører, men som elementer – maling – i et levende 'maleri'. Kaprow understreker at de involverte i happeningen bør være villige og dedikerte deltagere og ikke et ubevisst publikum som blir tvunget til deltagelse. Den beste måten å oppnå dette på, mener Kaprow, er å skrive ned scenarioet på forhånd og gå gjennom det og diskutere det før happeningen finner sted. På denne måten skiller det seg ikke fra eksempelvis en parade, en fotballkamp, et bryllup eller en religiøs sermoni. Det er heller ikke forskjellig fra lek. Forskjellen på happening og teater er at selv om kunnskap om forløpet er nødvendig, så er ikke profesjonelt talent det – tvert imot så er skuespillertalent uønsket, sier Kaprow. Hvis happeningen finner sted i et gatekryss eller i offentligheten på en eller annen måte, behøver ikke happeningen begrenses til bare deltakere – det kan til og med være umulig; de forbipasserende som eventuelt stopper opp for å bivåne det som skjer regnes som autentiske deler av omgivelsene. Happeningens utfoldelse kan forøvrig også involvere betraktning, man kan observere eller meditere over en buss som stopper for å ta på passasjerer – denne typen publikumsaktivitet er fritatt fra reglen om fravær av publikum.

Komposisjonen av en happening skjer på samme måte som med assemblages eller environments. Kaprow advarer mot å forstå happeningens form som et middel til noe større enn selve happeningen. Man må heller forstå komposisjonen som en operasjon avhengig av de tilgjengelige materialene – som inkluderer mennesker og natur – og uadskilt fra dem. Og disse materialene, deres assosiasjoner og betydninger, genererer happeningens relasjoner og bevegelser heller enn motsatt.

Som vi har sett er Kaprow i sitt forholdvis korte essay innom flere viktige elementer for å forstå utviklingen av teatralitetsbegrepet etter 1960 og for å forstå den komplekse teatrale situasjonen som Warhol konstruerer i New York på 1960-tallet som inkluderer sin egen kunstnerrolle, venner og bekjente, assistenter og superstars, den voksende kunstscenen i New York og massemedia. Vi skal nå vende tilbake til Anne-Britt Gran og hennes begreper om merkevarebygging og identitet og til slutt forsøke å gi en foreløpig konklusjon og forslag til et fruktbart teatralitetsbegrep før vi endelig beveger oss tilbake til 1950- og 1960-tallets New York og undersøker Warhol opp mot de forskjellige teatralitetsbegrepene vi har sett på.

## Tilbake til Anne-Britt Gran og vår teatrale tid

Vi vender tilbake til der vi slapp hos Gran, ved begrepene om spill og ikke-spill, 'å være meg', 'å være ikke-meg' og 'å være ikke-ikke-meg'. Som vi så henter hun begrepene spill og ikke-spill fra Kirby, og 'meg', 'ikke-meg' og 'ikke-ikke-meg' fra Schechner. Sammen fungerer disse begrepene som bakgrunn for Grans eget begrep om uttalt og uttalt teatralitet. Hos Kirby har happeningen med sine fremførelser uten spill gjort det nødvendig å se på grader av spill og ikke-spill. Hos Schechner gjelder undersøkelsen hva som skjer når man konstruerer en rolle og fremfører den med utgangspunkt i 'workshop-rehearsal'-prosessen. Skuespill og rituale er begge bygget opp av restaurert adferd – 'restored behavior', og subjektets øvelse og fremførelse av en rolle gjennomgår disse forskjellige stadiene eller nyansene av 'me'. Gran beskriver dette på den måten at når man er 'meg' så er man helt og holdent seg selv i en tilstand hvor det hersker et fullstendig fravær av spill – dvs. autentisitet. Når man er 'ikke-meg' så er det snakk om at man spiller en annen og man er i en tilstand hvor det hersker et fullstendig nærvær av spill – dvs. uttalt teatralitet. Dette må forstås som modeller, siden et fullstendig nærvær av spill ville være en umulighet. Når man så er 'ikke-ikke-meg' så er man tilsynelatende seg selv og man er tilsynelatende i en tilstand hvor det hersker fravær av spill – dvs. uttalt teatralitet. Hos Schechner forstår jeg disse begrepene litt annerledes enn hos Gran, kanskje fordi Schechner hele tiden fokuserer på øvelses-prosessen – hvordan man øver og konstruerer en rolle for fremvisning i teatret eller ritualet. Når man så er 'meg' hos Schechner er det snakk om at man er forut for øvelses-prosessen i en subjektiv tilstand hvor rollen er fraværende. Når man så blir 'ikke-meg' så gir man seg i kast med den andre – altså rollen – og er i en objektiv tilstand hvor rollen er nærværende og selvet er fraværende. Dette er ikke helt ulikt Grans begreper. Når man så er 'ikke-ikke-meg' hos Schechner så er det snakk om at rollen og selvet er tilstede samtidig, dvs. at rollen er blitt en del av 'meg' – da er ikke rollen lenger alene en objektiv, distansert tilstand, men den er også en subjektiv, nærværende tilstand. Subjektet er da transformert fra 'meg' gjennom 'ikke-meg' til 'ikke-ikke-meg'. Hos Gran er det altså snakk om et selvbevisst 'meg', mens det hos Schechner er snakk om et transformert 'meg'.

Vi lever i en teatral tid, påstår Gran i sin boktittel, og det hersket en oppfatning fra tyveårene og utover av samfunnet som deteutralisert blant teatermennesker som Nikolaj N. Evreinov, Antonin Artaud, Bertolt Brecht og Vsevolod Meyerhold. De tre siste her representerer forskjellige måter å 'reteatralisere' teatret på. I hovedsak betød reteatralisering at man vendte tilbake til eldre typer

teater, fra før det realistiske teatrets tid, som Commedia dell'arte, elisabethansk teater eller orientalske teaterformer:

*”En sentral tanke hos reteatraliseringens forkjempere er at det teatrale er like virkelig som det vi forstår som det realistiske og autentiske. Det teatrale har eller er sin egen virkelighet, selv om det er aldri så mye spill, fiksjon og spektakulær iscenesettelse ute og går.”*<sup>159</sup>

Moderniteten kan betraktes som en teaterfiendtlig tid, og denne betraktningen er med på å beskrive samfunnet forøvrig i forhold til teatret. De teatrale formene som eksisterer i samfunnet står i forhold til de teatrale mulighetene man har, man kan kanskje her snakke om grader av uttalt teater og synlige iscenesettelser. Ifølge Gran snakker Evreinov om et teatralt instinkt som *”blir fremmet eller hemmet av den kulturen man lever i.”*<sup>160</sup> Her er det mer enn antydning at Evreinov savner det teatrale, på samme måte som Sennett ovenfor, og anser den moderne epoke som en undertrykker av det teatrale instinktet. I en anti-teatral tid som den moderne vil man naturlig nok sette frem verdier som det autentiske og det ubesudlet naturlige;

*”Moderniteten – perioden ca. 1750 – 1960/70 – kan betraktes som autentisitetorientert, renhetslengende og full av lengsel etter alle tings innerste: En ryddemanisk periode. /.../ Modernitetens orden handler på den ene siden om å holde fornuftsformer og samfunnsområder fra hverandre, og på den annen side om å komme så nær tingenes kjerne som mulig. /.../ Postmoderniteten – fra ca. 1960 til idag – kan og blir ofte betraktet som modernitetens motsetning og arvtager; iscenesatt, uren og overflatisk: En aksept av kaos, uorden og de små fortellingene.”*<sup>161</sup>

Etter å ha fremsatt denne forenklete strukturen av det moderne mot det postmoderne tilbyr Gran en alternativ lesning av det teatrale i de to epokene; en dialektikk av det autentiske og det teatrale. I moderniteten er riktignok det autentiske dominerende, men resultatet er reteatraliseringen, og i postmoderniteten er det teatrale dominerende men vi får et krav og en lengsel etter autentisitet som resultat. Evreinov snur Debords og modernitetens holdning til spillet, leken, det spektakulære og det teatrale på hodet og holder det teatrale instinktet opp som idealet, men Gran

---

<sup>159</sup> Anne-Britt Gran: Vår teatrale tid – om iscenesatte identiteter, ekte merkevarer og varige mén, Oslo 2004 s.19-20

<sup>160</sup> ibid. s.20

<sup>161</sup> ibid. s.21

ønsker å komme bakenfor en slik forenklet modell og tilby en tredje lesning hvor det teatral og det autentiske er likestilte, den ene ikke mer verdifullt enn det andre, og det ene ikke mer moralsk enn det andre. Det er konsekvensen av spillet eller mangel på sådan som er det avgjørende hos Gran, det er konsekvensen som kan moraliseres ikke selve handlingen som sådan; ”*det teatral er i seg selv verken godt eller dårlig, virkelig eller uvirkelig, sant eller usant. Man må til enhver tid undersøke hva teatraliteten fører til, dens effekter og konsekvenser, for å kunne si om den er god eller dårlig for menneskene og samfunnet de lever i.*”<sup>162</sup>

Det første området Gran angriper med sine teatralitetsbegreper er økonomien. Her begynner hun med å beskrive hva opplevelsesøkonomi er, en økonomi som ifølge Gran er svært preget av teatral virkemidler. ’Experience economy’ – opplevelsesøkonomi – er et begrep som lanseres av Joseph Pine II og James H. Gilmore, og de betrakter teatret ”*som en modell som næringslivet må tilpasse seg for å kunne iscenesette opplevelser.*”<sup>163</sup> Det er opplevelsen som er varen og Pine og Gilmore mener at opplevelsesøkonomien holder på å overta etter servicenæringen i en evolusjonistisk kapitalisme hvor varens karakter øker i abstraksjon; ”*Fra å være nyttige og funksjonelle produkter, blir varen idag koblet til individets identitet, følelsesliv og verdifulle minner.*”<sup>164</sup> Opplevelsen er en forgjengelig vare og det er om å gjøre å gjøre den minneverdig. Men vi skal ikke dvele ved opplevelsesøkonomien her, det som er interessant for oss er hvordan teatret fungerer som modell for iscenesettende strukturer innen økonomien. Det som er enda mer interessant for oss som straks skal hudflette Andy Warhol og granske de iscenesettende strukturene han benytter seg av er *merkevaren*;

”*Mens den nye opplevelsesøkonomien av Pine og Gilmore ble beskrevet som utpreget teatral i sin iscenesettelseslogikk, finner vi ekteskapet mellom teatralitet og autentisitet i begrepsparet image og identitet, to begreper som spesielt preger teorier om merkevarebygging og bedriftskommunikasjon.*”<sup>165</sup>

Merkevaren består således av et image som er uttalt teatral, overflatisk, utadrettet, forførende, visuell og en identitet som er autentisk, dyp, innadvendt, troverdig, usynlig. Sammen gir de ekte merverdi. Skillet mellom image og identitet er et analytisk skille, sier Gran, og i paksis kan man ikke skille mellom dem. Image og identitet smelter sammen og merkevaren er således

---

<sup>162</sup> *ibid.* s.25

<sup>163</sup> *ibid.* s.29

<sup>164</sup> *ibid.* s.30

<sup>165</sup> *ibid.* s.34

tilsynelatende autentisk eller uttalt teatral. For at vi skal kunne tro på merverdiene – varens verdier utover bruksverdiene og de tekniske kvaliteter – må iscenesettelsen skjules. Gran snakker om en *merkevarekultur* når merkevaren er så sterk at forbrukerne identifiserer den med merkevarens funksjon – her gis eksempelet Mcdonald's som blir ekvivalent med fast food eller junk food. Vi skal senere se hvordan (merkevaren) Warhol blir ekvivalent med (varen) Popart i det New Yorkiske kunstlandskapet og verden forøvrig. Merkevarerbyggingens kjerne er enhet og konsistens, sier Gran, og de (teatrale) strategiene som brukes for å bygge den opp må peke i samme retning og gjøre det konsekvent og over tid.

Gran fortsetter med å se på hvordan man kan skape og opprettholde identiteter ved hjelp av teatrale virkemidler. Identiteter er idag noe som kan byttes ut, den kan kjøpes og selges som en merkevare, sier Gran. Dette er kanskje ikke så langt fra det Baudrillard snakker om i forhold til personlighet – at personligheten er noe utvendig som man skaper gjennom konsum av forskjellige varer. Identitet var i utgangspunktet et begrep som kunne brukes om noe som er 'det samme', altså noe som er stabilt og uforanderlig. Men oppfatningen av hva en identitet er har forandret seg slik at det nå kan snakkes om identitet i forbindelse med teatralitet. Ifølge Gran er det nå tre måter å tilnærme seg identitetsbegrepet på: 1) *ikke-teatrale identiteter* – en stabil, varig og essensiell type identitet som er introvert, narsissistisk og autentisk i sin kjerne og hvor den Andre ikke påvirker identitetsdannelsen; 2) *uttalt teatrale identiteter* – en ustabil, utbyttbar og iscenesatt type identitet som er ekstrovert, sosial og autentisk i sitt spill og hvor den Andre har stor betydning for identitetsdannelsen; og 3) *uuttalt teatrale identiteter* – en stabil, varig og selvrefleksiv type identitet som er både introvert og ekstrovert og autentisk selvreflekterende hvor en høy bevissthet om den Andres betydning for identitetsdannelsen er tilstede.<sup>166</sup> Ikke-teatrale identiteter, sier Gran, skiller ikke mellom offentlig og privat, uttalt teatrale identiteter derimot skiller mellom offentlig og privat, mens uuttalt teatrale identiteter spiller på skillet mellom offentlig og privat. Gran presenterer i stor grad ikke-teatrale identiteter og uttalt teatrale identiteter som motsetninger, men viker fra dette på to viktige punkter: hun setter ikke opp spill som noe uekte mot værens autenticitet men tilbyr istedet en lesning av spillet som autentisk på sine egne premisser, og hun setter heller ikke opp en motsetning mellom en ikke-teatral dybde og en teatral overflate men introduserer istedet spillet alvor som ”*betraktes som en egen form for dybde.*”<sup>167</sup> For min egen tilnærming til Warhol er det nødvendig å ikke moralisere over hans teatralitet som noe uekte, falskt og fordervelig, men søke innsikt i den på dens egne premisser – derfor oppleves det

---

<sup>166</sup> *ibid.* s.43

<sup>167</sup> *ibid.* s.44

befriende å bytte ut en tradisjonell lesning av spillet som falskt og overflatisk mot en lesning av spillet som ekte og alvorlig på sin egen måte. Den uttalt teatrale identitetstypen, som er Grans egen konstruksjon, er en mellomposisjon mellom de andre identitetstypene og kan betraktes som en meta-posisjon i forhold til dem. Hovedgrepet i denne typen identitetsdannelse er *selvrefleksivitet*. Og Gran hever at det er noe teatralt i den typen distanse som selvrefleksivitet tilbyr; ”*Selvrefleksiviteten er en form for teatralitet, en uttalt variant siden fokuset ikke er på spillet og iscenesettelsen som sådan, men på refleksjonen over dem.*”<sup>168</sup>

Siden vi her skal fokusere på teatrale identiteter skal vi ikke gå noe mer inn på den ikke-teatrale identitetstypen, men fokusere på det som karakteriserer den uttalt teatrale og den uttalt teatrale identitetstypen. Vi kan si at ikke-teatral identitetsdannelse er preget av et fravær av spill, og at spill blant annet er preget av en bevissthet i forhold til sin rolle og forholdet til den Andre. Den Andre er da betrakteren, eller *blikket* hos Gran. Jeg understreker her at blikket ikke nødvendigvis må tilhøre en eller flere mennesker direkte, men at det kan være maskinelt gjennom (masse)media – særlig tv-mediet og fotografiet – og tilby en egen strukturering i forhold til skuespilleren eller rollen. Det medierte blikket er bare indirekte humant siden publikums reaksjoner ikke er tilgjengelig for skuespilleren eller rollen i øyeblikket, men kun som forsinket reaksjon og ’public opinion’. Dette blir en annen type teatralitet en den vi kjenner fra teatret, den blir strukturert etter andre prinsipper enn teaterforestillingens fordi publikum er umiddelbart og fysisk fraværende og kun er tilstede gjennom sin stedfortreder massemediet. Denne formen for teatralitet skal vi senere diskutere under begrepet ’maskinell teatralitet’. Dette er et begrep jeg henter fra Warhol selv – som ved flere anledninger hevdet ønsket om å være en maskin<sup>169</sup> – og fra Baudrillard som betegner Warhol som en ’maskinell snobb’<sup>170</sup>.

Som vi har sett i definisjonen av det moderne og det postmoderne ovenfor, så preges postmoderniteten av spill og overflate. Dekonstruksjonismen og poststrukturalismen under ledelse av Jacques Derrida angriper den moderne tanken om identitet som essensiell og bestandig, og introduserer en filosofi basert på en forskjellstenkning ”*der forskjellen betraktes som primær. Og det argumenteres for at det er skutt inn en forskjell i enhver identitet, slik at denne ikke kan være verken ren eller det samme som seg selv lenger.*”<sup>171</sup> Kjernen er altså ikke ren og enhetlig,

---

<sup>168</sup> *ibid.* s.45

<sup>169</sup> Victor Bokris: Warhol, Frederick Mueller, London 1989, s.163

<sup>170</sup> Jean Baudrillard: The Perfect Crime, Verso, London & New York, 1996 s. 75-84

<sup>171</sup> Anne-Britt Gran: Vår teatrale tid – om iscenesatte identiteter, ekte merkevarer og varige mén, Oslo 2004 s.48



men tvetydig; altså ikke egentlig noen kjerne. I motens og reklamens verden oppstår som en forenklet variasjon av dekonstruksjonismen en idé om identitet som utbyttbar og ustabil. Forbrukeren betraktes som identitetsbevisst og kan gjennom ulike kostymer kjøpe seg forskjellige identiteter som han/hun kan benytte seg av i ulike sammenhenger. Klærne blir dermed ikke uttrykk for et stabilt indre, men former for kostymer for de forskjellige identiteten man har – eller ønsker å ha. Dette er ikke en rolleforståelse hvor de forskjellige valgte identiteter står i et motsetningsforhold til den indre virkeligheten, men en forståelse av rollen som en egen virkelighet. Man blir så og si de rollene man spiller. Identitetene blir således tilbud eller muligheter innad i virkeligheten. Forbruksvarer blir en måte å signalisere disse identitetene på. Slik jeg oppfatter Gran her er dette det samme som det Baudrillard kaller 'personalization' – man skaper seg en personlighet gjennom forbruksvarer. Når rollen ikke lenger står i et motsetningforhold til en indre virkelighet kan man si at rollen er en nyanse innenfor virkeligheten – det utvendige blir like virkelig som det innvendige. Det innvendige lar seg jo vanskelig måles i forhold til en virkelighet, så den ikke-teatrale identitetstypen er avhengig av en troverdighet i det som blir presentert utvendig og i det sosiale. I en postmoderne forståelse av identitet og hos Baudrillard blir det utvendige det som kan måles, men måles opp mot andre utvendige tegn. Her er vi nærme Baudrillards begrep om simulasjon hvor virkelighet ikke lenger kan måles mot det uvirkelige og hvor referansen ikke kan måles mot det den refererer til.

*”Når identiteten ikke lenger forstås som et indre leteprosjekt, åpner muligheten seg for å spille på flere identiteter – direktør om dagen, punker om kvelden. I det øyeblikket blir identiteten teatral, og det på en helt uttalt måte /.../ Identitet nærmer seg dermed imaget – et bilde og en forestilling om hvem man er.”<sup>172</sup>*

Ifølge Gran benytter politikere, artister, idrettsutøvere osv. denne typen identitetstilbud til å bygge opp en offentlige identitet – en merkevare som kan selges til deres tilhengere og som gjør dem synlige i offentligheten. Slik jeg ser det benytter Warhol seg av denne identitetstanken i sin egen merkevarebygging og i forbindelse med sine 'superstars' på 'the Factory' – alle kunne komme til 'the Factory' og være en del av festlighetene og dekadansen, men det eksisterte en forventning om at man valgte seg en ny identitet som gjerne var provoserende og underholdende, og de som valgte de mest velfungerende (pop)identitetene innenfor dette systemet ble belønnet med stjernestatus – om enn bare i undergrunnsmiljøet i New York.

---

<sup>172</sup> ibid. s.51

Det oppstår som en følge av de teatrale identiteters utagerende spill en refleksjon om det å ha en identitet, enten den er 'en selv' – en stabil, intim identitet bygget på en indre kjerne – eller den er teatral, utbyttbar og ustabil. Denne refleksive holdningen til identitetsskapelse kaller Gran for en selvrefleksiv identitet, og den kan lett bli paradoksal på den måten at ”man primært kan komme til å identifisere seg med det å ikke ha en identitet eller flere – en identitetsløs identitet.”<sup>173</sup> Gran sier videre:

*”Den selvrefleksive identiteten er en metaposisjon i forhold til den iscenesatte identiteten, og den befinner seg derfor på et høyere abstraksjonsnivå. Fra tradisjonelle samfunn som ikke tematiserte identitet overhodet til vår teatrale tids iscenesatte og selvrefleksive identiteter, har identitetsproblematikken gjennomgått en slags evolusjon med hensyn til graden av abstraksjon og refleksjon. I den selvrefleksive identitetsproduksjonen er det ingen uskyld igjen; identiteten er for all tid mediert, iscenesatt og gjennomtenkt.”*<sup>174</sup>

Det er typisk for mobile samfunn, hvor stand, kaste eller sosial posisjon ikke på forhånd er definert gjennom yrke, familie eller annen type tilhørighet at identitetsproblematikk oppstår. Man er mer eller mindre 'tvunget' til å finne eller skape sin egen identitet – enten i dypet av seg selv eller gjennom rollespill. Den selvrefleksive identiteten er en reaksjon på 'tvangen' til en identitet. Denne siste typen av identitetsdannelse krever teatralitet, hevder Gran, men en teatralitet hvor fokuset er forflyttet fra selve spillet til selvrefleksjonen – derfor er den uuttalt. Den viser ikke sine egne teatrale grep og er derfor vanskeligere å lokalisere enn den uttalte varianten. Når man leker med identiteter på en så subtil og selvrefleksiv måte kan de som ser på fort bli i tvil om det er en ikke-teatral eller en uuttalt teatral identitet de forholder seg til. Dette kommer tydeligst til syne i situasjoner der individer iscenesetter seg selv som ikke-teatral identitet eller som tilsynelatende autentisk.

Den uuttalt teatrale identiteten er altså en identitetstype som kan gi seg utslag på svært forskjellig vis – det er det selvrefleksive grepet som kjennetegner den, men det kan gjerne være utøveren som er den eneste som er klar over at det er en iscenesettelse tilstede.

---

<sup>173</sup> ibid. s.53

<sup>174</sup> ibid. s.55

## Oppsummering av teatraliteten så langt

Vi har så langt sett på ulike begreper om skuespill og teatralitet fra ulike vitenskaplige ståsteder og med Baudrillards begreper om simulasjon og simulakre som bakteppe. Jeg har forsøkt å understreke det jeg opplever som forskjeller mellom begrepene skuespill og teatralitet, og jeg har sett på hvordan teatralitet fungerer i det offentlige og i det sosiale.

Skuespill er et begrep som ofte er problematisk fordi det gjerne brukes i offentligheten om det å gi seg ut for noe annet enn det man er, eller rett ut å lyve. Når begrepet brukes på denne måten står det i forhold til en ide om noe autentisk og virkelig som blir tildekket av skittent spill og uekte opptreden. Ellers brukes gjerne begrepet om noe som utspiller seg på en scene innenfor trygge teatervegger. Teatralitetsbegrepet er på denne måten mer åpent siden det henvender seg til det som minner om teatret. Dette begrepet er på sin side forholdsvis vagt i og med at mye kan ligne på teater, også ting man kanskje ikke ville finne på å kalle teatrale. Som vi har sett hos Gran, og antydnet hos Kirby, Schechner og Kaprow, så har det ingen hensikt å sette det teatrale eller det kunstige opp mot det virkelige som motpoler. Det teatrale er tilstede i det virkelige og det virkelige er tilstede i det teatrale.

Baudrillards begrep om simulasjon påviser vanskelighetene med å skille mellom det virkelige og det uvirkelige, det ekte og det uekte i en konsumer- og mediasituasjon som vår. Schechner problematiserer konteksten rundt ritualer og historiske byer og viser hvordan det opprinnelige ritualet eller de opprinnelige byene gjerne forsvinner i forsøket på å rekonstruere dem – om ikke av annen grunn enn at verden har forandret seg rundt dem. Virkeligheten og enheten har gått tapt i et mobilt samfunn hvor originalen er fraværende (eller alt er like originalt) og følgen er jakten på den stabile identitet. Men den stabile identitet, som finnes inne i kjernen av individet som en siste rest av virkelighet og originalitet, får hard konkurranse fra teatrale identiteter som godter seg i forbrukersamfunnets tilbud av kostymer og rekvisitter. Samfunnet som sådan er blitt teatralt og iscenesatt – og teateret som sådan har mistet sin posisjon.

Det teatrale er tilstede overalt, både i fiksjonen og i ikke-fiksjonen, ifølge Gran. Virkeligheten og spillet står her ikke i et motsetningsforhold, men snarere i et gradsforhold. Det som preger et begrep om teatralitet er at det ikke er direkte knyttet til teaterinstitusjoner eller det som er begrenset til scenen, men at det er et grep eller en måte å gjøre noe på som også kan benyttes utenfor teatret. Teatralitet, spill og iscenesettelse er definert av at det er en grad av bevissthet

tilstede hos utøveren. Utover bevisstheten om spillet kreves det også et blikk å spille mot eller iscenesette for. Offentligheten er således i stor grad preget av *blikk*, både gjennom media – kameraets penetrerende blikk – og gjennom et blikk som leser alle utvendige tegn som et språk eller en tekst. På denne måten er alle opptredende i offentligheten, med en eller annen bevissthet om de tegn som vises frem og de tegn som leses. Dette forholdet skaper forenklet sagt en relasjon mellom et voyeuristisk blikk og eksibisjonisme – de er begge mulige løsninger i et samfunn så preget av det visuelle som vårt. De er som oftest begge tilstede i varierende grad samtidig. Men for å kunne snakke om en teatralitet som noe annet enn det å være tilstede i offentligheten og vise frem tegn og samtidig lese tegn, må man inkludere et krav om en grad av distanse i spillet. Denne distansen er den man har til rollen som spilles – avgrunnen mellom 'meg' og 'ikke-meg' hos Schechner og Gran. Denne distansen er ikke nødvendigvis synlig utad, som i Grans begrep om uttalt teatralitet, men den er tydelig for utøveren og nødvendig for at vi skal kunne skille mellom spill og ikke-spill. Teatralitet er således basert på en oppfattelse av spillet som valgfritt – at det er noe man kan velge å gjøre og velge å la være å gjøre. Når man så faller inn i en forventet modell om hvem man skal være eller hvordan man skal fremstå – som f.eks. hvis man er direktør og går i dress på jobben – så kan man vanskelig snakke om en type spill som er preget av en bevissthet og valgfrihet i forhold til 'rollen'. Men hvis man spiller opp mot denne typen modeller – predefinerte mønstre for oppførsel og antrekk – kan spennende spill oppstå, som er tilfellet med Warhol.

Warhol spiller ut mot en romantisk forventning om kunstneren som en som lever i ytterkanten av det sosiale, som lever et ustabil liv gjerne preget av psykiske lidelser, alkohol og utsvevende (hetero)seksuell aktivitet. Den romantiske kunstneren er preget av et sterkt følelsesmessig engasjement, og det er følelsene som skal uttrykkes på lerretet gjennom en personlig stil. Kunstnerens oppgave blir i den romantiske kunstnerforståelsen å uttrykke sitt private selv i det offentlige – vise frem tegn på personlighet, som Sennett ville sagt – og lerretet blir den arena som benyttes for dette og penselen blir kunstnersinnets forlengelse. Penselstrøkene skal gjerne være tydelige og preget av sterk emosjonell tilstedeværelse i skapelsesøyeblikket. Kunstnerens liv i det offentlige skal bekrefte kunsten. Eksempler på kunstnere som faller innenfor denne typen kunstnergenier er Vincent van Gogh og Edvard Munch. Begge er kunstnere med så store emosjonelle konflikter at de skadet seg selv – Munch skjøt seg i hånden og skyldte på en kvinne, van Gogh skar av seg øret og skjøt seg selv til slutt.

I Sennetts "The Fall of Public Man" siteres Raymond Williams fra boken "Culture and Society" i en uttalelse om hvordan ord forbundet med skapende aktivitet endret seg på begynnelsen av

1800-tallet. Jeg gjengir sitatet her for å illustrere hvorledes kunsten som sådan skifter karakter fra å være et håndverk til å bli en aktivitet forbeholdt genier;

*”... The emphasis on skill [as defining an artist] was gradually replaced by an emphasis on sensibility; and this replacement was supported by the parallel changes in such words as creative ... original ... and genius... From artist in the new sense there were formed artistic and artistical, and these by the end of the nineteenth century, had certainly more reference to temperament than to skill or practice. Aesthetics ... stood parent to aesthete, which again indicated “a special kind of person.”<sup>175</sup>*

Den romantiske modellen for kunst og kunstneren som sensibel, genial og original – med fokus på selve skapelsesprosessen og ikke så meget på håndverksmessig dyktighet – dominerer kunsten fra 1800-tallet og fremover. I etterkrigstidens kulturelle USA som domineres av skikkelser som Jackson Pollock og Willem de Kooning utleveres den romantiske kunstnermyten med stort engasjement og stor suksess. Pollock var den første kunstneren noensinne til å prege forsiden av Life magazine, noe Warhol beundret ham for adskillig mer enn for hans kunstneriske bidrag. Denne forventningen til kunstnerens liv om at han/hun skal være eksentrisk, følsom osv. lever videre som modell i det offentlige. Kunstnere blir i stor grad målt opp mot en slik modell av massemedia og det har fått en ny merkantil dimensjon av merkevare. Gran bruker Odd Nerdrum som modell på hvordan en kunstners identitetskapning kan fungere som merkevarebygging;

*”Han skaper stereotypien av en kunstner med lang hvit kittel, sandaler og bustete hår. /.../ Gjennom sitt ytre image og sitt opprør med modernismen skaper Nerdrum sin teatrale kunstneridentitet. Han spiller Kunstneren for sitt publikum og sine potensielle kjøpere, som alle får sine forventninger innfridd.”<sup>176</sup>*

Publikums forventninger skaper således en kontekst – eller en scene – å spille på og mot. Denne konteksten fungerer som en modell som man faller mer eller mindre vellykket inn under, som f.eks. den maskuline og den feminine modellen hos Baudrillard. Disse modellene defineres gjerne gjennom massemedia og kommer virkeligheten i forkjøpet på en slik måte at virkeligheten får som oppgave å fullende disse modellene på samme måte som vi som forbrukere fullender

---

<sup>175</sup> Richard Senett: The Fall of Public Man, London & Boston 1993, s.199

<sup>176</sup> Anne-Britt Gran: Vår teatrale tid – om iscenesatte identiteter, ekte merkevarer og varige mén, Oslo 2004 s. 59

reklamens profeti gjennom å kjøpe produktet. Hvis man er bevisst de strukturene som styrer denne typen forventninger kan man manipulere med dem og spille på og mot dem. Disse modellene er abstrakte og aldri direkte uttrykt i samfunnet, men antydnet og bekreftet gjennom massemedia, og de skaper en diffus og utydelig bakgrunn som fungerer som scene. På denne måten er vi alle på scenen i det sosiale, men det er ikke alle som spiller med en like stor grad av bevissthet. Samfunnet som sådan er gjennomregissert og iscenesatt, som vi har sett hos Gran, men ikke alle opptrer med en slik stor grad av teatralitet.

Jeg oppfatter det som om Warhol, på samme måte som Nerdrum, spiller opp mot myten om kunstneren som individuell, eksentrisk og opprørsk i forhold til de konserverende kreftene i samfunnet. De gjør begge opprør mot modernismen som kunstretning og skaper seg en tydelig offentlig persona som fungerer som identitet og image og blir deres merkevare. Denne merkevaren fungerer som en bekreftelse på den romantiske kunstnermyten samtidig som den er en kommentar til den. Modernismen blir hos Warhol tolket som konservativ og stiv og knyttet til en forventning om den autentiske og seriøse kunstneren som jobber med de store og metafysiske spørsmål – metafysikken hos modernistene er personligheten og det underbevisste. Warhol retter her oppmerksomheten mot kravet om en stor kunstnerpersonlighet og det individuelle som sådan. I en stadig mer homogenisert kultur synes det absurd å trakte etter individualitet og det unike og Warhol tilbyr i stedet en maskinell livsfilosofi preget av distanse og ironi. Alle er like i et forbrukersamfunn fordi, som Warhol selv sier;

*”You can be watching TV and see Coca-Cola, and you can know that the President drinks Coke, Liz Taylor drinks Coke, and just think, you can drink Coke too. A Coke is a Coke and no amount of money can get you a better Coke than the one the bum on the corner is drinking. All the Cokes are the same and all the Cokes are good. Taylor knows it, the President knows it, the bum knows it, and you know it.”<sup>177</sup>*

Og når alle allikevel er like, hvorfor ikke være som alle andre, foreslår Warhol. Ikke prøv å være individuell eller spesiell – vær vanlig. Dette innebærer selvsagt et paradoks som Warhol selv ikke slipper unna – i sin trakting etter det vanlige, det kollektive, det u-individuelle, skiller Warhol seg ut fra den gemene hop fordi det som er vanlig, kollektivt og u-individuelt er kravet om en identitet og en individualitet. Dermed blir Warhols identitet preget av ønsket om å unnsnippe en

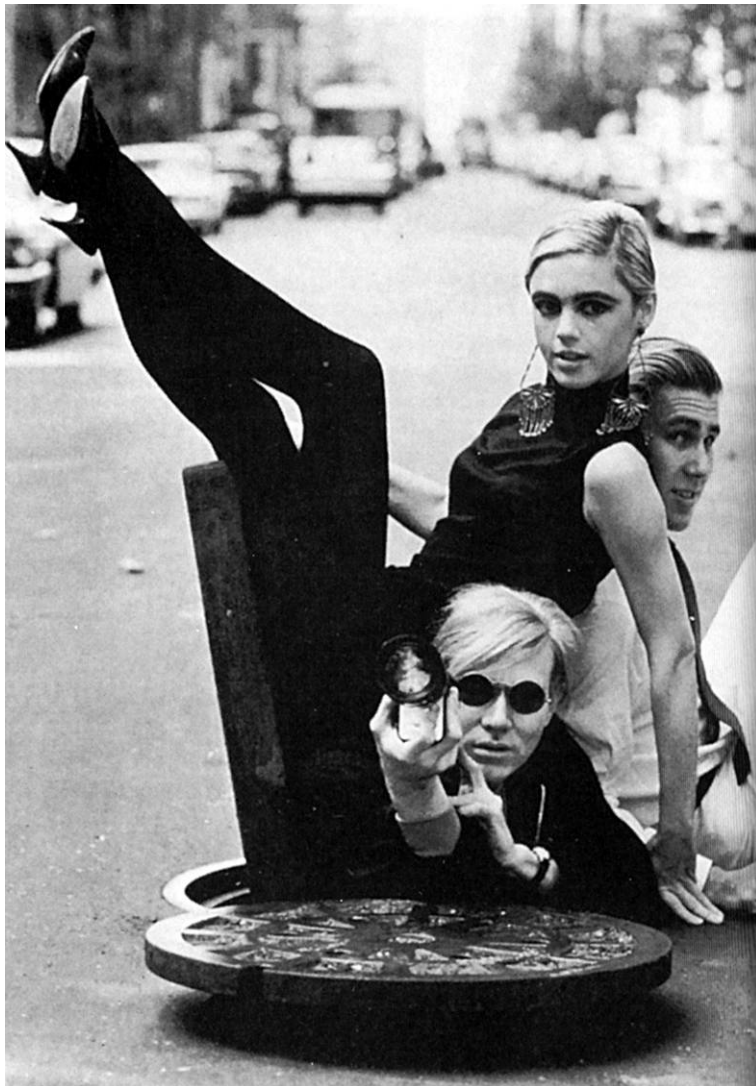
---

<sup>177</sup> Andy Warhol: THE Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back Again), Harcourt Brace & Company, 1975 s. 100-101

identitet. Og dette paradokset spiller han ut gjennom en maskinell teatralitet – en teatralitet som iscenesettes i stor grad av det maskinelle blikket til massemedia – hvor reell individualitet og personlighet blir erstattet av iscenesettende strukturer og identitets- og merkevarebygging.

## Del 5

# Andy Warhol og den maskinelle teatralitet



Warhol, 'superstar' Edie Sedgwick og Chuck Wein.



## Innledning

Det er mange elementer som gjelder Warhols iscenesettelse av sin egen kunstnermyte og pop persona som jeg har måttet utelate her. På grunn av kompleksiteten i denne problemstillingen har jeg fokusert på det jeg mener er bevisste grep fra Warhols side for å konstruere en særegen identitet som underbygger et kunstnerisk prosjekt og som også blir underbygget av et kunstnerisk virke. Naturlig nok er det historiske og sosiale forutsetninger for denne iscenesettelsen som jeg har nedtonet eller utelatt. Kunsthistoriske forutsetninger er antydnet, men ikke utdypet, det samme gjelder økonomiske og andre krefter som har påvirket kunstens og kunstnerens levevilkår. Det er således mange strukturer som jeg ikke har undersøkt her som har påvirket utfallet av Warhols pop persona. Dette gjelder også elementer som har med resepsjon å gjøre, altså hvorledes både Warhol selv og hans kunstneriske produksjon blir mottatt av hans samtidige. Alle disse strukturene har vært tilstede samtidig og muliggjort en iscenesettelse av den typen Warhol har konstruert, men mitt fokus har vært på Warhols egen innsats i forhold til egen fremtoning fordi jeg oppfatter det teatrale elementet hos Warhol som knyttet sammen med en *vilje til spill*. Dette er essensielt i min oppfattelse av hva som kan være teatralt. Uten en fri vilje hvor man kan *velge* hvordan å utforme spillet og hvordan å strukturere en rolle, kan man etter min mening ikke snakke om en *teatral* rolle. Som jeg har antydnet tidligere, og som jeg skal komme tilbake til nedenfor, anser jeg ikke Warhols bevisste identitet fra 1950-tallet – hans 'Raggedy Andy'-rolle og hans dandy-rolle – som teatraler roller, men som *sosiale* roller. Disse to rolletypene er ikke opposisjoner, men går gradvis over i hverandre. Den teatrale rollevarianten er preget av en grad av bevissthet og et spill på og mot de predefinerte strukturene som eksisterer, og et bevisst spill mot et blikk. Hos Warhol er det ikke slik at han på 1950-tallet bare spiller en sosial rolle og plutselig på 1960-tallet spiller en teatral rolle – jeg oppfatter det heller som at han på 1950-tallet bruker visse teatraler grep, mer eller mindre bevisst, i sin konstruksjon av en sosial identitet, og at han beveger seg mer mot en gjennomkomponert rolle – det jeg har kalt pop persona – på 1960-tallet som er dominert av teatraler grep.

Det er disse teatraler grepene, måten de er konstruert og hvorledes de er gjennomført i virkeligheten som interesserer meg. De teatraler grepene det gjelder er kostymering, konstruksjonen og gjennomførelsen av en rolle og en regi av seg selv og andre i et helhetlig spill. Dette spillet finner sted slik jeg ser det på tre hovedarenaer; 1) i det sosiale, 2) i mediene, og 3) i den medierte dialogen – altså i intervjuer. Disse arenaene er ikke adskilte, men sklir over i

hverandre – mediene eksisterer i det sosiale og den medierte dialogen eksisterer i mediene. Grunnen til at jeg har delt dem opp er for å klargjøre de grepene Warhol bruker og som er noe forskjellige fra arena til arena. Dette har med de forskjellige strukturene som styrer de forskjellige arenaene å gjøre; i det sosiale gjelder andre forventninger enn i mediene og i den medierte dialogen, og det er her snakk om forskjellige typer blick som dominerer de forskjellige arenaene. Jeg har allerede vært inne på de nevnte arenaene i forbindelse med Warhols biografi og hvordan hans iscenesettelse utartet seg på 1950- og 1960-tallet. Jeg har vist hvordan han opptrer i det sosiale og konstruerer en pop persona, hvordan han bruker offentligheten og media som et mekanisk blick å spille opp mot og hvordan han bruker den medierte dialogen – intervjusituasjonen – til å vende om på strukturer.

Jeg skal nå foreta en systematisk vurdering av Warhol og hans teatrale virkemidler i forhold til de teoriene jeg har presentert i det forgående.

## Konstruksjonen av en pop persona

Som vi har sett i den biografiske introdusjonen til Warhol oppstår hans pop persona over tid. På 1950-tallet kan vi ikke snakke om en slik pop persona, men Warhols identitet har likevel visse teatrale trekk allerede på denne tiden. Han skifter mellom å spille 'Raggedy Andy' for sine arbeidsgivere og å spille den vellykkede dandyen for sine sosiale forbindelser. Arenaen for sistnevnte form er den homofile undergrunnen i New York. Klærne fungerer i begge tilfeller som kostymering. Som vi har sett hos Kirby<sup>178</sup> er det ikke all opptreden eller fremførelse som kan sies å være skuespill. Han innfører begrepet om 'not-acting' og en gradvis bevegelse mot stadig større grad av spill for å innkludere opptredener som tradisjonelt faller utenfor et begrep om teatralitet. I forhold til Kirbys begreper om 'not-acting' kan vi plassere den unge Warhol innenfor 'symbolized matrix' hvor personen ikke spiller en rolle, men bærer et kostyme som representerer noe eller noen. Dette kostymet er i 'Raggedy Andy'-rollen et 'shabby' kostyme bestående av en bohems uniform av "chino pants", t-skjorte av bomull og slitte joggesko, og ifølge Bokris er denne klesdrakten appropriert fra Marlon Brando<sup>179</sup>. Denne rollen er designet for å skape sympati hos arbeidsgivere. I dandy-rollen er kostymet dress og slips, med dyre sko til, men skoene er tilsølt av maling og lignende, og uknyttet, for å fremme et inntrykk av at Warhol ikke bryr seg om

---

<sup>178</sup> Michael Kirby: "On acting and not-acting", *The Art of Performance. A critical anthology*, red. Gregory Battock og Robert Nickas, New York 1988

<sup>179</sup> Viktor Bokris: Warhol, Frederick Muller, London, Sydney, Auckland, Johannesburg 1989, s. 81

å være pertentlig. Det er altså en bevissthet tilstede hos den unge Warhol om egen identitet og hvordan den kan presenteres. Dermed kan vi ikke snakke om en autentisk Warhol som er seg selv, fordi en grad av spill er tilstede gjennom kostymeringen og den bevisstheten Warhol har om sin egen fremtreden. I tillegg til denne kostymeringen, forsterker Warhol sin egenart gjennom å utheve sine fysiske svakheter. Han ikler seg tykke briller og parykk, og han gjør sin homofile legning til et emblem på egenart. Brillene og parykken fungerer som rekvisitter gjennom Warhols bruk av dem – de er valgt for å rettes oppmerksomhet mot, og blir på denne måten kjennetegn på Warhol. Her kan vi kanskje si at Warhol beveger seg over i det Kirby kaller for 'received acting' som er når tegnene er sterke og forsterker hverandre og vi ser en rolle selv om oppførselen er normal. 'Received acting' tilhører fremdeles 'not-acting'-begrepet, men er et steg nærmere 'acting'-begrepet enn 'symbolized matrix'. Graden av simulasjon, representasjon og imitasjon osv. har øket langsetter Kirbys skala, men slik jeg ser det er det fremdeles ikke snakk om en designet rolle som kan kalles for teatral.

Kirby krever at den opptredende gjør noe for å simulere, representere eller utgi seg for noe eller noen for at man skal kunne snakke om et spill. Videre mener Kirby at en form for strukturering og presentasjon av følelser er essensielt for at man skal forstå opptredenen som spill. Hvis dette er tilstede kan man snakke om 'simple acting' ifølge Kirby. Er dette tilstede hos den unge Warhol? Warhol *gjør noe* for å utgi seg for noe eller noen, men er det en form for strukturering og presentasjon av følelser hos Warhol? Jeg mener at det ikke er det. En bevisst kostymering; ja, en strukturering og presentasjon av følelser; nei. På grunn av denne mangelen mener jeg at Warhol fremdeles oppholder seg i ikke-spilletts domene.

Det er altså teatrale grep tilstede hos Warhol gjennom hele 1950-tallet gjennom kostymer og rekvisitter, men vi kan ikke snakke om en gjennomført teatral rolle. Jeg synes det er hensiktsmessig her å skille mellom det som kan karakteriseres som en sosial rolle og det som kan karakteriseres som en teatral rolle. I et samfunn som er så gjennomregissert og iscenesatt som konsumer- og mediesamfunnet, hvor alle kan sies å spille en rolle i mer eller mindre grad og hvor personligheten som en opposisjon til teatraliteten er gått tapt, mener jeg at det må være en gjennomtenkt og gjennomstrukturert rolle tilstede før man kan snakke om en grad av teatralitet som går utover det å være en sosial rolle.. Når det gjelder Warhol oppfatter jeg hans pop persona som en bevegelse over i det teatrale, og vi skal nå se hvorledes denne rollen er konstruert og hvorfor den kan sies å falle innenfor et begrep om teatralitet.

Mot slutten av 1950-tallet retter Warhol sin oppmerksomhet mot kunsten og kunstscenen i New York. Denne har vært dominert av en tro på den personlige, autentiske kunstneren som uttrykker sine indre følelser, men det oppstår nå et alternativ til denne romantiske kunstnerpersonligheten – kunstneren som regissør eller iscenesetter av verket og publikum gjennom en åpen struktur i kunsten. Dette har vi allerede vært inne på hos Kaprow, men jeg gjentar det her fordi det er viktig å huske på hvilke forventninger som ligger til grunn for dannelsen av Warhols kunstnermyte – pop personaen. Som vi har sett reduserer kunstneren sin tilstedeværelse i kunsten og hos Warhol fører dette til en nesten utslettet kunstner hvor hvem som helst (så og si) kan lage et Warhol-verk og signere det. Dette fører igjen til en merkevarebygging hos Warhol hvor kunstneren som personlighet er byttet ut med kunstneren som merkevare. Pop personaen er Warhols merkevare eller logo – Warhol selv er sin egen kunsts største reklame. Denne merkevaren fungerer også på samme måte i forhold til kunstverkene som en Hollywoodstjerne fungerer i forhold til filmene denne deltar i. Hollywoodstjernen fungerer som emblem for filmen og er med på å gi den ekstra omtale og oppmerksomhet. Navnet eller merkevaren Warhol fungerer på lignende måte og gir kunstverkene ekstra oppmerksomhet gjennom sin pop persona. Warhol står som garanti for sin egen kunst. Jeg skal diskutere dette mer nedenfor i forbindelse med Grans begreper om merkevare og identitet, men først skal jeg se på hvilke teatrale grep Warhol bruker for å konstruere sin pop persona.

På begynnelsen av 1960-tallet har Warhol gått bort fra sin 'Raggedy Andy'-rolle og dandy-rollen som vi har undersøkt ovenfor i forhold til Kirbys begreper om 'acting' og 'not-acting'. Endring i kostyme er kanskje umiddelbart det mest tydelige her. Bokris beskriver denne endringen som at Warhol "was taking steps to change himself"<sup>180</sup>. Hans popantrekk med dongerybukser istedet for dress og joggesko istedet for dyre designersko begynte å ta form. I større grad enn tidligere rettet Warhol oppmerksomhet mot sine svakheter – f.eks. var parykken nå sølvfarvet og det var tydeligere at det var en parykk. Warhol som tidligere var beskrevet som en ivrig samtalepartner, endrer nå sin snakkemåte til å være monoton, mumlende og han bruker stort sett enstavelsesord. Ellers overdriver han sin feminine gange og sine hengende håndleddsgester som uthever Warhols karakter av å være 'svijsj'. Dette beskriver Bokris som prototypen på den Warhol som senere skulle bli verdensberømt. Bokris nevner igjen inspirasjonen fra Marlon Brando, men nevner her også Marilyn Monroe som inspirasjon til Warhols gryende pop persona. Denne inspirasjonen skal jeg ikke forfølge her, men jeg synes det er interessant at Warhol imiterer skuespillere heller enn kunstnere – ikoner fra populærkulturen snarere enn høykulturen – i sin konstruksjon av en

---

<sup>180</sup> *ibid.* s.137

kunstnermyte. Warhols kunstneridentitet – en identitet som er knyttet til hans kunstneriske produksjon og motivvalg – begynner her å ta form. Den er på langt nær ferdig utviklet her, men visse grunnleggende trekk ved Warhols pop persona har begynt å gjøre seg gjeldende. Denne eksentriske stil og oppførsel blir supplementert av Warhols uttalte ønske om å bli like berømt som dronningen av England – et ønske som oppleves som både komisk og provoserende ettersom Warhols fremtoning er alt annet enn fager.

Hvordan stiller denne pop personaen seg i forhold til Kirbys begreper om 'acting' og 'not-acting'? For å kunne sies å befinne seg innenfor begrepet om spill må det som sagt *gjøres* noe for å imitere, simulere e.l., og jeg oppfatter denne gjøren – denne handlingsakten – som styrt av en bevissthet om at man spiller. Man kan snakke om en 'ufrivillig' eller 'uviten' form for spill og teatralitet, ifølge Kirby, når man egentlig ikke spiller – altså er bevisst om at man spiller, men oppfører seg normalt, men denne formen for teatralitet faller da inn under 'received acting' og holder seg innenfor 'not-acting'-begrepet. Jeg tror vi kan si uten skygge av tvil at denne bevisstheten er tilstede i Warhols pop persona. Warhol gjør tydelige grep for å endre sin fremtreden med en bevissthet om det sosiale blikk og hvorledes det vil reagere. Denne bevisstheten var tilstede også i Warhols kostymering på 1950-tallet, om ikke like tydelig for publikum (og biografer), men her vil jeg påstå at man ikke kan snakke om en teatral rolle, men om en bevisst sosial identitet. Dette skillet, som er mitt eget, skal jeg diskutere nedenfor når vi ser på Grans begreper om teatrale identiteter og Warhol.

For at vi skal kunne snakke om 'acting' hos Warhol må, ifølge Kirby, også en utvelgelse, og en prosjisering av et element ved karakteren ovenfor publikum, være tilstede. Dette er det jeg ovenfor omtalte som en strukturering og presentasjon av følelser. Begrepet om følelser er litt problematisk hos Warhol fra 1960-tallet og utover fordi han streber i stor grad mot å bli kvitt følelsene og bli en maskin. Men jeg vil likevel argumentere for at han velger ut elementer av karakteren som han prosjiserer til publikum. Det er en gjennomgripende strukturering hos Warhol – han endrer ikke bare sitt utseende, men også sin talemåte, gange og gestikulering – og han overdriver sine svakhetstrekk. Denne overdrivelsen vil jeg karakterisere som en utvelgelse og presentasjon av, ikke følelser, men eksentrisitet og egenart. Dette grepet, som beskrevet av Colacello<sup>181</sup>, med å fremheve og strukturere svakheter, gjør Warhol unik og tydelig i det sosiale. Han får en aura av noe fremmed og uvanlig, og skaper på denne måten en distanse mellom publikum og seg selv – en distanse som på mange måter fungerer som en scenekant. Han flyttes

---

<sup>181</sup> Bob Colacello: Holy Terror – Andy Warhol close up, Cooper Square Press, New York 2000, s. 24-25

på en måte ut, opp eller ved siden av det sosiale rommet han oppholder seg i, samtidig som han er tilstede i dette rommet. Dette kan karakteriseres som en 'camp' teatralitet hvor man gjennom et spesielt blikk på, og en spesiell tilstedeværelse i, virkeligheten skaper både en distanse og en nærvær.

De grepene Warhol benytter for å skape denne tvetydigheten av distanse og nærvær er forholdvis enkle. Han er stygg, så han gjør seg styggere, han er skallet så han tydeliggjør gjennom en åpenbar parykk at han er skallet, han er blek, så han sminker seg blekere, han er homofil så han spiller ut og tydeliggjør sin legning gjennom feminin gange og 'svijs' gestikulering. Han skaper en avstand fra de følsomme, intellektuelle og maskuline kunstnerne som Pollock og de Kooning gjennom å utheve en følelseløshet, en naiv og enkel tenkning og en utpreget femininitet. Disse grepene fungerer kanskje bedre i det sosiale enn på en scene på grunn av de forventningene som finnes om at det man ser og møter hos en person er tegn på dennes personlighet. Hertil kommer også Warhols kunstneriske produksjon som fungerer som rekvisitas for denne pop personaen – hans konseptuelle strategi underbygger den rollen han spiller. Han spiller ut rollen som opprører mot den modernistiske kunstpraksis og teori gjennom å fornekte de idealene som den modernistiske kunstscenen er dominert av.

I det forgående har jeg fokusert på prototypen av Warhols pop persona og hvordan den har utspilt seg i det sosiale. I det kommende kapittel skal jeg se på hvordan Warhol fortsetter å strukturere og utdype de teatrale trekkene fra sin pop persona og gå lenger i retning av en merkevare og eskalerer fra popkunstner blant popkunstnere til å bli selve Popkunstneren som også er kjent utenfor kunstsirkelene.

Den 'campy' teatraliteten som jeg har påpekt ovenfor kommer jeg tilbake til når vi skal se nærmere på den medierte dialogen.

## **Strukturering av pop personaen**

Som vi har sett er Warhols pop persona forholdvis gjennomkomponert og strukturert allerede tidlig på 1960-tallet. Han har et gjenkjennelig ytre og han skaper reaksjoner i det sosiale. I løpet av første halvdel av 1960-tallet gjennomstrukturerer Warhol sin pop persona, han fjerner elementer som kan gi inntrykk av følsomhet og refleksjon, og han gjør det i samarbeid med andre.

Som vi har sett bruker han blant annet fotografen David McCabe som en hjelpende hånd i å forflate sin pop persona. Slik jeg oppfatter det ønsker Warhol å gjøre pop personaen tydeligere og mer endimensjonal – nesten som en tegneseriefigur – for at den skal fungere enda bedre som merkevare.

David McCabe tok disse bildene, omkring 2500 stykker, i løpet av 1964 og 1965, og de var bestilt av Warhol for å bli til en bok om et år i Warhols liv. Denne boken ble det aldri noe av i Warhols livstid, men den kom omsider ut i 2003 under navnet ”A Year in the Life of Andy Warhol”<sup>182</sup>. Grunnen til at jeg synes denne boken er interessant er at den gir inntrykk av at Warhol holdt bildene tilbake for å ikke vise for mange variasjoner av Andy Warhol.<sup>183</sup> Altså kan det ha vært et bevisst grep for å forhindre publikum i å bli forvirret om Warhols pop persona. Boken gir også inntrykk av at han brukte bildene som materiale for å se hvorledes han fremsto for andre og for den maskinelle betrakteren – kameraet.<sup>184</sup> Dette forsår jeg som en øvelse i rollen, og jeg skal se på denne i forhold til Schechners begreper om ’restored behavior’ og ’workshop-rehearsal’-prosessen. Men først skal jeg gi et kort innblikk i de påstander som finnes i ”A Year in the Life of Andy Warhol”.

Warhol tok kontakt med flere fotografer for dette prosjektet og valgte å benytte seg av David McCabe som var en kjent, ung fotograf for magasinet *Mademoiselle* på denne tiden. McCabe beskriver det som om Warhol hadde et konsept om å dokumentere sitt eget liv, og at han i løpet av dette året fant ut at han ønsket å ha kontrollen over denne dokumentasjonen selv. Kort tid etter at McCabes ansettelse var over begynte Warhol å ta egne bilder med et polaroid-kamera;

*”Andy may have thought that in posing for David [McCabe] he had cooperated to much /.../ He may have thought that they portrayed him as trying too hard, someone too eager to please – so uncool (and a quality he found pathetic in others). By 1964, he was developing his new! improved! Andy, the Andy with eyes permanently sealed behind shades, the finger to the lip, the pregnant silences, the enigmatic – and at the same time fatuous – utterances. He began surrounding himself with menacing-looking people. Not that Gerard Malanga was all that menacing (even with a rawhide whip). That wasn’t the point; it looked*

---

<sup>182</sup> David McCabe (photo) & David Dalton (text): A Year in the Life of Andy Warhol, Phaidon Press Limited, New York 2003

<sup>183</sup> *ibid.* s. 4

<sup>184</sup> *ibid.* s. 7

*menacing. Fake menacing was better than real menacing. Andy loved fake. Thus the shock of Valerie Solanas actually shooting him.*"<sup>185</sup>

Her antydes det noen av grunnene til at Warhol lot være å publisere bildene. De kunne gi inntrykk av at Warhol anstrengte seg for mye for å virke interessant og vise seg frem. Warhol gjorde meget for å virke som om han nesten ikke arbeidet med kunsten, filmen e.l. Han bagatelliserte gjerne sitt eget arbeid ved å si at det var noen andre som laget bildene, og ved å presisere at silketrykkprosessen var enkel og maskinell. Og han ga ofte inntrykk av at kunst ikke krevet noe spesielt talent og at det var noe alle kunne gjøre, osv. Det er en tvetydighet som går gjennom hele Warhols kunstneriske virke at han nedvurderer og bagatelliserer sitt eget arbeide samtidig som han insisterer på sin tilstedeværelse som kunstner gjennom et tydelig image. Jeg tror det er få kunstnere som er gått like langt i uslettelsen av den kunstneriske hånd som Warhol og samtidig oppnådd så stor suksess som nettopp kunstner. Som vi har sett kaller Baudrillard dette for snobberi – å nyte statusen som skaper og samtidig posere som maskinell. Det er altså vesentlig for Warhols pop persona at det ikke fremstår som om han anstrenger seg for å vise seg frem og for å være kul. Den nye, forbedrede Andy er uengasjert og fraværende bak solbriller og gåtefulle utsagn.



Warhol, 1964.

McCabes fotografier kan på denne måten ha fungert som bevisstgjørende for Warhol og er antageligvis blitt holdt tilbake fordi de ikke fremstiller Warhol slik han ønsker å fremstille seg selv. McCabe selv beskriver det slik; *"I think he studied these photographs and used them to form the image he wanted the world to see."*<sup>186</sup> Og han fortsetter med å konstantere at denne nye Warhol var tilstede sammen med alle de andre og mindre definerte Andyene som ikke lenger skulle få eksistere, og han

beskriver denne nye Warhol som en *"withdrawn observer, the icon of Popism's leathery eyeball, standing there like a waxwork of himself."*<sup>187</sup> Men i de fleste av bildene i boken øver og rekonstruerer Warhol fremdeles den rollen han spiller. For oss som tilskuere til Warhols pop persona i tiden etter at denne rollen er utspilt, gir disse bildene et unikt innblikk i Warhols øvelsesprosess.

---

<sup>185</sup> *ibid.* s.7

<sup>186</sup> *ibid.* s.7

<sup>187</sup> *ibid.* s.7



Som vi har sett hos Schechner<sup>188</sup> i hans begrep om 'restored behavior' blir levd oppførsel behandlet som striper med film, hvor man kan klippe og lime, plukke ut elementer, fjerne eller resirkulere, rearrangere og rekonstruere uten at den restaurerte oppførselen er avhengig av de kausale systemene – sosiale, psykologiske m.m. – som bragte frem oppførselen i utgangspunktet. Den nye oppførselen har altså en selvstendig eksistens, den er kanskje "hevet opp" på et nivå som er uavhengig av opprinnelse og den oppførselen den refererer til. I begrepet om 'restored behavior' er det slik sett en fokusering på imitasjon som kilde til spill – men en imitasjon som ikke nødvendigvis konstruerer elementene i samme rekkefølge og på samme måte som originalen. Og restaurert oppførsel er, ifølge Schechner, de performative kunstners kjennetegn fra shamanisme til dans og teater.<sup>189</sup> Oppførselen, sier Schechner, er uavhengig av den som fremfører den eller oppfører den – det er en distanse mellom den oppførende og oppførselen som muliggjør en manipulasjon og forandring av oppførselen. Hos Warhol er denne distansen tydelig tilstede i hans pop persona gjennom rekonstruering og eliminering av trekk – eller striper med oppførsel – som beskrevet i "A Year in the Life of Andy Warhol". Warhol 'redigerer' sine striper av oppførsel, klipper bort elementer som er uønskede – trekk som på noen måte kan antyde at Warhol er en følsom mann; for dermed å fremme en karikert og maskinell figur. Warhol bruker her fortiden som han kjenner gjennom dokumentasjon – fotografier – som modell for å konstruere en fremtidig fremførelse av rollen. Fra denne fortiden velger Warhol ut visse trekk som han mener representerer den han ønsker å fremstille seg som, og tydeliggjør disse gjennom eliminasjon av de trekk som ville svekke den ønskede pop personaen. Denne måten å hente elementer fra fortiden for å konstruere en fremførelse i fremtiden kaller Schechner for "øvelse". 'Workshop-rehearsal'-prosessen mener Schechner er den grunnleggende prosess for restaurering av en adferd eller oppførsel. I øvelsens første fase bryter den opptredende ned en motstand slik at den opptredende står som totalt rekontekstualisert. Denne motstanden kan kanskje, i forhold til teatralitet i det sosiale, forstås som en grad av tro på og involvering i en gitt personlighet. Når denne motstanden brytes ned kan den opptredende begynne å rekonstruere en rolle. Dette gjøres gjerne gjennom en fremmedgjøring i forhold til tid og sted. Neste fase i øvelsen er en restaurering av adferd eller en konstruksjon av ny adferd. Dette er i virkeligheten det samme fordi konstruksjonen av ny adferd er å restaurere gammel adferd på en ny eller anderledes måte slik at den ikke er gjenkjennelig som gammel adferd. I den tredje fasen av øvelsen blir den restaurerte adferden øvet til den blir familiær og nær, og på denne måten

---

<sup>188</sup> Richard Schechner: *Between theater & anthropology*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1989

<sup>189</sup> *ibid.* s.35

fungerer som en 'ny' natur hos den opptredende. Siste delen av denne tredje og siste fasen er fremførelsen av den nye adferden for et publikum.



Warhol, 1964.

Hvordan utarter denne øvelsesprosessen seg hos Warhol? Første fase må da være begynnelsen av 1960-tallet når Warhol går frem for å endre seg til en 'ny' Warhol. Warhol reduserer på denne tiden sin offentlige figur som 'Raggedy-Andy' eller dandy gjennom en radikal endring i kostyme og adferd. Vi kan forestille oss – denne kunnskapen har vi ingen direkte tilgang til – at Warhol på begynnelsen av 1960-tallet etter det han selv beskriver som et nervøst sammenbrudd,<sup>190</sup> går i gang med en betydelig eliminerings av det han oppfatter som sin daværende rolle. Skifte i sosial scene fra reklamens verden til kunstens verden kan vi kalle en fremmedgjøring i forhold til sted som gjør det mulig for Warhol å begynne å rekonstruere en rolle. Neste fase som er restaureringen av adferd begynner med Warhols konstruksjon av sin pop persona – som beskrevet av Bokris og som vi allerede har sett på i forhold til Kirby. Hvor den restaurerte adferden kommer fra kan være vanskelig å definere siden den er blitt manipulert og strukturert i Warhols bilde, men Bokris antyder iallefall at flere elementer kommer fra Marlon Brando og Marilyn Monroe. Det er ikke så interessant for meg i denne sammenhengen å spore Warhols restaurerte adferd, men det synes rimelig å anta at den kommer fra populærkulturen siden Warhols pop persona har til hensikt å understøtte den kunstneriske produksjonen hans og gi ham en identitet som nettopp popkunstner. Gjennom hele første del av 1960-tallet øver Warhol på denne rollen, men det går kanskje ikke opp for ham før etter han har ansatt McCabe og sett bildene han har tatt hvilke elementer av denne adferden som må utdypes og tydeliggjøres og hvilke elementer som må fjernes om rollen skal fungere på en ultimat måte. Ved hjelp av disse bildene gjør Warhol seg kjent med sin egen adferd på en ny måte og klarer endelig å definere sin pop persona. Han er nå over i den tredje fasen hvor rollen gjøres familiær og blir hans 'nye' natur. Nå er rollen øvet og klar til å vises frem for verden i større grad. På denne tiden går jo Warhol, som vi har sett, fra å være en blant popkunstnere til å bli selve Popkunstneren. Pop personaen er blitt en stereotyp på popkunstneren.

Det er snakk om en overgang hos Warhol fra den tidlige pop personaen til den senere mer strukturerte pop personaen. Alle former for 'restored behavior' er overgangsfenomener, sier

<sup>190</sup> Viktor Bokris: Warhol, Frederick Muller, London, Sydney, Auckland, Johannesburg 1989, s. 133

Schechner, og overgangsperioder er definert av en bevegelse fra 'meg' til 'ikke-meg' og videre til 'ikke-ikke-meg'. Når en opptredende gjennomfører sin rolle sier Schechner at han/ hun befinner seg i 'ikke-ikke-meg'-modus. En person som opptrer gjenvinner seg selv eller sitt eget selv kun gjennom å gå ut av seg selv og i møte med de andre i et sosialt felt. Man begynner således med et 'meg', beveger seg videre over i det andre – rollen – som er 'ikke-meg' og gjennom 'workshop-rehearsal'-prosessen videre til 'ikke-ikke-meg'. Warhol er på denne måten transformert fra sin tidlige pop persona som er mindre definert, preget av at flere Andyer eksisterer side om side, til sin senere pop persona som er mer definert og strukturert, preget av en stereotyp, karikert og endimensjonal Andy.

Denne 'workshop-rehearsal'-prosessen finner ikke sted i et vakuum, men i stor grad i det sosiale rom og dessuten innenfor 'the Factory' hvor Warhol ikke bare strukturerer sin egen rolle, men tilbyr en lignende transformasjon til sine tilhengere, assistenter og superstars.

Hvis vi går tilbake til Kirbys begreper om 'acting' så kan vi kanskje si at Warhols tidlige pop persona fra begynnelsen av 1960-tallet faller innenfor begrepet om 'simple acting' og at Warhols senere pop persona fra midten av 1960-tallet faller innenfor begrepet om 'complex acting'. Som vi har sett av Warhols gryende pop persona ovenfor, gjør Warhol visse grep for å spille en rolle som pop persona og han strukturerer sine svakheter og gjør dem til sin egenart. Men som vi også har sett så spriker disse grepene i forskjellige retninger og de kan av og til gi et inntrykk av Warhol som følsom, intellektuell o.l. som han senere fjerner seg fra. Warhols pop persona fra midten av 1960-tallet er enklere, mer overbevisende og tydeligere. Han understreker sin tilbaketrekkning fra det menneskelige og sin streben mot det maskinelle gjennom å redusere alle tegn på følelser til et minimum. Han smiler sjeldent og snakker sjeldent i det offentlige, han gjør seg mer mekanisk og maskinell gjennom en emosjonell tilbaketrekkning og forsterker på den måten sitt pop image. Warhol har i stor grad oppnådd å bli et konsumerobjekt – eller det Baudrillard kaller en *gadget* – et objekt hvis hovedfunksjon ikke lenger er bruksfunksjonen, men tegnfunksjonen. Det er her snakk om en 'complex acting' fordi alle tegnene Warhol viser frem fra nå av understøtter denne mekaniske, maskinelle tilstanden som også preger hans kunstneriske produksjon. Warhol strukturerer og presenterer her en *mangel på følelser* snarere enn en følelse – men en følelseløshet som spilles ut på denne måten får den samme funksjonen som om han skulle spilt ut en følelse. Dermed kan vi si at Warhol oppfyller Kirbys krav til 'acting' – at en eller flere emosjonelle komponenter struktureres og fremføres for publikum – selv om det er en

strukturering av en følelseløshet, fordi en følelseløshet til syvende og sist også kan sies å være en følelse.

Den maskinelle entiteten som Warhol nå fremstår som hjelper Warhol å komme nærmere sitt ønske om å bli like berømt som dronningen av England. Han har gjennom sin pop persona beveget seg ut av det kunstneriske rommet – den New Yorkiske kunstscenen – og inn i den offentlige bevissthet. Dette skjer også som følge av den subkulturen som oppstår omkring Warhol og som har 'the Factory' som sitt tilholdssted. Som et ledd i den mekaniseringen som Warhol gjennomgår retter han fokuset mot filmen og bort fra maleriet. Warhol har i stor grad redusert seg selv til et blick – et medium for alt det vidunderlige som skjer i New Yorks undergrunn og spesielt på 'the Factory'. Mediene ser på Warhol og Warhol ser på sine talentfulle 'misfits' og Warhols blick og kamera gjør stjerner av dem som opptrer foran det. Warhol har gjennom sin distansering redusert seg til en voyeur og på den måten skapt et scenerom for de eksibisjonister som oppholder seg i Warhols omkrets. På denne måten iscenesetter Warhol de menneskene som kommer innenfor hans rekkevidde – gjennom et maskinelt blick som man må spille opp mot og rekonstruere seg fremfor. Dette blikket har en tvetydighet ved seg fordi det er like anonymt og følelseløst som et tv-kamera, samtidig som det tilbyr anerkjennelse og stjernestatus. 'The Factory' og Warhols voyeuristiske blick skal jeg komme inn på senere.

## **Pop personaen som identitet og merkevare**

Som vi har sett ovenfor faller Warhols teatralitet innenfor begge de iscenesettende domenene som Gran<sup>191</sup> setter opp – skuespillerens og regissørens. Warhol iscenesetter både seg selv og andre gjennom å spille opp mot et spesielt blick. Dette blikket er offentlighetens og medias blick. Ellers står Warhols teatrale rolle eller identitet som kontrast til det som oppleves som normalt eller autentisk. Gran bruker ofte begrepet identitet, mens jeg til nå stort sett har brukt begrepet rolle. Jeg oppfatter en identitet som mer knyttet til individet og en rolle som et mer relasjonelt fenomen. Hvis vi legger Kirbys gradvise intensivering av teatralitet til grunn for et begrep om en teatral identitet, kan vi kanskje si at innenfor 'not-actingens' domene kan man snakke om en sosial identitet som i mer eller mindre grad er preget av teatrale virkemidler, mens man innenfor 'actingens' domene kan snakke om en teatral identitet som er mer eller mindre tydelig strukturert. Her skal det ikke foretas noen kvalitativ vurdering av de forskjellige gradene, men i forhold til

---

<sup>191</sup> Anne-Britt Gran: Vår teatrale tid – om iscenesatte identiteter, ekte merkevarer og varige mén, Oslo 2004

Warhol kan vi kanskje si at når han går over i det som Kirby kaller 'complex acting' fungerer pop personaen bedre som merkevare. En av mine forutsetninger er at dette er Warhols mål – for å oppnå den berømmelsen Warhol ønsker må han tydeliggjøre sitt ytre og gjøre det gjenkjennelig som merkevare. Hvis vi aksepterer Baudrillards påstand om at det ikke lenger finnes en *person* eller personlighet – som noe innvendig og uforanderlig – kan vi si at alle mennesker befinner seg innenfor et begrep om spill, med større eller mindre bevissthet om de grepene man bruker og har til rådighet. Jeg oppfatter det som hensiktsmessig å skille på denne måten mellom en sosial identitet og en teatral identitet, og jeg bruker Kirbys begreper om 'not-acting' og 'acting' for å definere forskjellen på disse. Første steg på denne linjen fra 'not-acting' til 'acting' – 'nonmatrixed performing' – vil da fungere som stedfortreder for det som Gran kaller autentisk.

Som vi har sett hos Gran<sup>192</sup> fungerer merkevaren som en kombinasjon av image og identitet. Image beskrives da som utpreget teatral og identitet som autentisk. Et image er utadvendt, overflatisk, forførende og visuelt mens en identitet er innadvendt, dyp, troverdig og usynlig. Skillet mellom de to er et analytisk skille fordi image og identitet er smeltet sammen i merkevaren. Iscenesettelsen bør skjules i merkevaren hvis den skal fungere og gi merverdi – den må være troverdig. Derfor omtaler Gran merkevaren som tilsynelatende autentisk eller uttalt teatral. Kjernen i merkevarebygging er enhet og konsistens og de strategiene som benyttes må peke i samme retning og over tid. Hos Warhol er imaget som pop persona i begynnelsen i konflikt med identiteten, fordi hans image som maskinell og distansert blir avslørt av hvordan han faktisk oppfører seg i det sosiale, når han smiler, ler og viser andre tegn på engasjement og involvering. Da blir iscenesettelsen tydelig for de som omgås ham og det svekker hans pop personas troverdighet. Som vi har sett strukturerer Warhol denne pop personaen ved hjelp fra McCabes bilder. Her kan vi si at Warhol benytter seg av en øvelses-prosess for å klargjøre merkevaren og fjerne det som kan oppleves som motsetninger mellom imaget og identiteten. Når Warhol på denne måten fjerner den åpenbare iscenesettelsen – at pop personaen gir seg ut for å være noe annet enn Warhol selv – går Warhol over til å bli en tydelig, overbevisende og unik merkevare. Hvis vi nå bruker Schechners begreper om 'meg', 'ikke-meg' og 'ikke-ikke-meg' kan vi si at Warhol har beveget seg over i 'ikke-ikke-megs' domene og har smeltet sammen sin identitet – 'meg' – med sitt image – 'ikke-meg'. Når Warhol gjør dette så tydelig – og kanskje som den eneste kunstneren på denne tiden som gjør det konsekvent og over tid – eskalerer han fra å være en popkunstner (merkevare) blant popkunstnere (merkevarer) i et marked av mange, til å bli selve symbolet på popkunst – selve Popkunstneren. Warhols pop persona blir på denne måten en

---

<sup>192</sup> ibid. s.34 og utover

merkevarekultur fordi forbrukerne (publikum) identifiserer merkevaren (Warhol) med produktet (popkunst). I forlengelsen av denne merkevarebyggingen tilbyr Warhol et produkt som understreker hans merkevarekultur; popliv – en måte å leve på som karakteriserer ungdommen i konsumersamfunnet. Dette er et frigjort liv preget av åpen seksuell aktivitet for alle legninger, åpen beruselse, nakenhet, lek med identiteter – noe som kanskje kunne kalles en frigjøring av personlighet – opprør mot det etablerte. Og hovedscenen for å oppleve poplivet er Warhols 'Factory'. Dette er en fabrikk som produserer popkultur – kunst, filmer, musikk, uteliv – og på den måten tilbyr et anderledes liv, et liv som er mer i tråd med den moderne tiden de lever i, som er preget av velstand og overflod.

Gran<sup>193</sup> beskriver to typer teatral identitet – den uttalte og den uuttalte – som begge er preget av en bevissthet om spill og om den Andre. Den uttalte teatralen typen er ustabil, utbyttbar og iscenesatt og skiller mellom offentlig og privat, mens den uuttalte teatralen typen er stabil, varig og selvrefleksiv og spiller på skillet mellom offentlig og privat. I hvilken av de to kategoriene faller så Warhol? Ut fra de vurderingene vi allerede har gjort er det tydelig at Warhol er *teatral*, men er han uttalt eller uuttalt? Warhol velger jo en ny identitet på begynnelsen av 1960-tallet som er anderledes enn den Warhol vi kjenner fra 1950-tallet, så da kan vi kategorisere ham innenfor den uttalte teatraliteten fordi hans identitet er både utbyttbar og ustabil og hans nye identitet er tydelig iscenesatt. Denne identiteten, når den er ferdig strukturert på midten av 1960-tallet, beholder han med små variasjoner resten av livet, noe som betyr at den nye identiteten er stabil og varig, og tydelig selvrefleksiv. Dermed kan vi kategorisere den nye Warhol – den ferdige pop personaen – som uuttalt teatral.

Hva angår skillet mellom offentlig og privat vet man ikke så mye om Warhols private liv annet enn at han holdt moren forholdsvis skjult fra offentligheten, sitt eget liv på 'the Factory' skjult for moren og at han gikk regelmessig i kirken – han var katolikk. Etter at 'the Factory' går over i en mer kooperativ fase, og Warhols mor dør på begynnelsen av 1970-tallet, har Warhol knapt noe privatliv overhodet. Det å redusere privatlivet til et minimum er forøvrig også et grep fra Warhol side for å understreke mangelen på følelser. Det er jo nettopp i den private sfæren at det intime og det som har med følelser å gjøre kommer til uttrykk, ifølge Sennett<sup>194</sup>. På den måten reverserer Warhol den intimiseringsprosessen som Sennett beskriver. Rolness<sup>195</sup> beskriver 'campen' som

---

<sup>193</sup> ibid. s.43 og utover

<sup>194</sup> Richard Sennett: *The Fall of Public Man*, London & Boston 1993

<sup>195</sup> Kjetil Rolness: *Vulgær og videnderlig – en studie i utsøkt dårlig smak*, Oslo 1992, s.17

en reaksjon på og en motvirkning til denne intimiseringen av det offentlige og Warhol er jo beskrevet som oppfinner av 'camp' av Wolfe<sup>196</sup>. Warhol aksepterer sin offentlige rolle fullt og helt og blir denne rollen – Warhol er alltid på scenen som pop persona – som er en rolle uten privatliv, et skall uten indre, et tegn tømt for mening.

Til nå har jeg konsentrert meg om Warhols pop persona i det sosiale. Ovenfor beskrev jeg tre arenaer hvor Warhol presenterer sin pop persona – det sosiale, media og den medierte dialogen. Det sosiale eller det offentlige er da den største arenaen, media – som selvsagt er en del av det offentlige – er en mindre arena som befinner seg innenfor den første, og den medierte dialogen fungerer som en arena inne den siste. Jeg kan dessverre ikke komme inn på relasjonene mellom de tre arenaene her, men bare minne om at det eksisterer forskjellige strukturer og forventninger innenfor de forskjellige arenaene. I det sosiale har vi en forventning til tegn på personlighet, i media finnes det alltid en form for iscenesettelse gjennom mediet – her gjelder forskjellige strukturer for forskjellige medier – og i den medierte dialogen finnes det en definert struktur – en *form* – i dialogen samtidig som mediets struktur fungerer som iscenesetter.

Jeg skal i det kommende se på Warhol og den medierte dialogen, og måle denne opp mot Brechts estetikk med hovedvekt på verfremdungseffekten og den 'campy' holdningen til Wolfe og Rolness.

## Pop personaen og den medierte dialogen

Jeg skal begynne med å gjengi noen intervjuer med Warhol. Intervjuene vil bli gjengitt noe forkortet. Jeg har tatt med det som er relevant i vår sammenheng. Første intervju er gjort av Gene Swenson i 1963 og var et av åtte intervjuer med popkunstnere i novemberutgaven av Art News i New York. Dette sitatet er hentet fra "Art in Theory 1900-1990 – An Anthology of Changing Ideas"<sup>197</sup>;

“AW: *Someone said that Brecht wanted everybody to think alike. I want everybody to think alike. /.../ Everybody looks alike and acts alike, and we're getting more and more that way. I think everybody should be a machine. I think everybody should like everybody.*

---

<sup>196</sup> Viktor Bokris: Warhol, Frederick Muller, London, Sydney, Auckland, Johannesburg 1989, s. 158

<sup>197</sup> Charles Harrison & Paul Wood (red.): Art in Theory 1900-1990 – An Anthology of Changing Ideas, Blackwell Oxford UK & Cambridge USA, 2001, s. 730-733

Is that what Pop Art is all about?

AW: *Yes. It's liking things.*

And liking things is like being a machine?

AW: *Yes, because you do the same thing every time. You do it over and over again./.../ I think somebody should be able to do all my paintings for me. /.../ I think it would be great if more people took up silk screens so that no one would know whether my picture was mine or somebody else's.*

It would turn art history upside down?

AW: *Yes.*

Is that your aim?

AW: *No. The reason I'm painting this way is that I want to be a machine, and I feel that whatever I do and do machine-like is what I want to do.*<sup>198</sup>

I dette forholdvis tidlige intervjuet legger ikke Warhol skjul på sine ambisjoner om å være en maskin – faktisk bør alle være maskiner og alle bør like alle for det er maskinaktig. Warhol krediterer Brecht for tanken om at alle bør være like og avslører på den måten sin kunnskap om Brecht samtidig som han antyder at Amerika (demokratiet og konsumersamfunnet) og Kommunismen er like. Men hovedpoenget hos Warhol er å reversere den romantiske kunstforståelsen og erstatte Kunstneren – Skaperen – med maskinen.

Neste sitat er hentet fra Colacellos "Holy Terror – Andy Warhol close up"<sup>199</sup> og er kun Warhols stemme, men han sier her mye om sitt forhold til intervjusituasjonen i dette korte avsnittet; "*The interviewer should just tell me the words he wants me to say and I'll repeat them after him.*"<sup>200</sup> Her inverterer Warhol hele intervjusammenhengen gjennom å redusere sin egen rolle til en imitasjon av intervjueren. Samtidig faller dette prosjektet sammen i og med at Warhol synliggjør at det er snakk om en imitasjon. Altså antyder Warhol her at intervjusituasjonen bør være regissert samtidig som han retter fokus mot denne regien. Hvis intervjueren hadde fortalt Warhol hva han skulle si, så hadde det ikke vært noe poeng for Warhol å dukke opp til intervjuet – da kunne intervjueren sagt dem selv. Grunnen til at man ønsker å intervju noen baserer seg nettopp på en forestilling om at intervjuobjektet *har noe eget å si*. Warhol har ifølge ham selv ikke noe å si, men gjennom å rette oppmerksomheten mot det faktum at han *ikke har noe å si* punkterer han

---

<sup>198</sup> *ibid.* s.731-732

<sup>199</sup> Bob Colacello: *Holy Terror – Andy Warhol close up*, Cooper Square Press 2000

<sup>200</sup> *ibid.*s.31



hele intervjusituasjonen. Dette synes jeg minner om Brecht verfremdungseffekt.<sup>201</sup> Som allerede antydte kjente Warhol til Brecht og fikk ideer til sin egen estetikk fra ham. Brechts verfremdungseffekt – eller underliggjørings-effekt – har som hensikt å rette oppmerksomhet mot kunstigheten i teatret eller i kunsten. Denne underliggjørings-effekten benyttes for å skape en distanse som gir mulighet til refleksjon. I Brechts eget teater fungerte det på den måten at når man splite en illusjonistisk rolle kunne man gå ut av denne for å rette fokuset mot illusjonen i rollen. Skuespilleren kunne for eksempel omtale sin egen rolle i tredjeperson og beskrive verbalt de handlingene som rollen skulle til å gjøre. I Warhols maleri kan denne estetikken ha gjort seg utslag i motivvalgene – gjennom å heve opp en hermetikkboks på piedestall oppnår Warhol to ting; for det første en underliggjøring av hermetikkboksen gjennom å fjerne den fra sin sedvanlige kontekst, og for det andre en underliggjøring av maleriet gjennom å bruke det til å portrettere en hermetikkboks. I forhold til Warhols pop persona gjør dette grepet fra Brecht seg gjeldene nettopp i intervjusammenhenger hvor Warhol retter oppmerksomheten på kunstigheten i intervjusituasjonen og på sin egen rolle i det medierte spillet.

Warhol benytter seg altså av to grep for å invertere intervjusituasjonen og latterliggjøre intervjueren; en 'camp' holdning og en brechtsk underliggjørings-effekt. Disse grepene tjener til å fjerne fokuset fra den medierte samtalsinnhold og mot strukturene som styrer den.

'Campen' er preget av kunstighet, uttrykk gjennom en smak for overflod og det overdådige, det underlig og det unaturlige. Den unngår dypt innhold og foretrekker glamour fremfor skjønnhet, det trivielle fremfor det betydningsfulle, det komiske fremfor det seriøse og det flytende fremfor det varige.<sup>202</sup> Pop og 'camp' ligner hverandre som vi ser fra karakterestikkene presentert her. Essensen her er kunstighet – Warhols søken etter det maskinelle er en søken etter en gjennomgående kunstighet. Warhol presenterer seg selv som overflate og gjennom sine 'rampete' svar som i det tidligere siterte intervjuet – "*Do you think pop art is... – No*"<sup>203</sup> – trivialisere han intervjusituasjonen og antyder at det betydningsfulle og meningsfylte er meningsløst. Samtidig fremmer han en komikk gjennom denne typen svar fordi han snur våre forventninger på hodet når han svarer tullete i en seriøs sammenheng. Kunsten er jo et emne som tilsier stor seriøsitet. Hvor dyp Warhols kunnskap om Brechts metoder har vært er vanskelig å si, men jeg oppfatter det som om vi har et godt eksempel på klovneri her – veldig likt Chaplins klovnerier – og klovneriet,

---

<sup>201</sup> Jens Bjørneboe: Om Brecht og Om teater, Pax Forlag A/S, Oslo, 1998

<sup>202</sup> Ingrid Schaffner: The Essential Andy Warhol, The Wonderland Press, New York, 2000, s.34

<sup>203</sup> ovenfor del 2

humoren og underholdningen var viktige elementer hos Brecht.<sup>204</sup> Mens tragedien forteller oss at livet er determinert av fortiden eller skjebnen, forteller Brechts komedier oss at fremtiden er foranderlig.<sup>205</sup> Dette er også Warhols holdning; selv om Warhol ikke ønsker noen revolusjon av sosialistisk art, er Warhol av den oppfattelse at alt er mulig – i kunsten, i filmen, i livet.

Dette korte blikket på innflytelsen fra Brecht og bruken av den 'campy' holdningen i intervjuer er dessverre alt jeg kan tillate meg i denne sammenheng. Det kunne være spennende å sammenligne grepene fra Brecht og den 'campy' holdningen, men det skal jeg ikke gjøre her, dels av plasshensyn og dels på grunn av at jeg oppfatter "V"-effekten hos Brecht som et historisk betinget begrep og som idag langt på vei er erstattet av andre sider ved teatralitetsbegrepet. Nå som vi har sett på den medierte dialogen og de grepene Warhol benytter seg av her, skal vi gå videre til å se kort på 'the Factory' som happening og på media og det mekaniske blikket.

## Pop persona og popliv på 'the Factory'



Warhol omringet av 'Factory regulars'.

Kaprow beskriver som vi har sett happeningen som et maleri hvor det er mennesker som er malingen. Det foreligger gjerne en instruksjon om hvordan menneskene skal oppføre seg innenfor happeningen – alle skal delta som performere slik at det ikke blir noen form for tilskuere tilstede. Happeningen skal ikke ligne på (konvensjonelt) teater.

Når Warhol har konstruert en pop persona, oppnådd en viss berømmelse og fått seg et stort atelier, tilbyr han berømmelse til dem som kommer til 'the Factory' og gjensker seg som pop persona – sin egen pop persona, og skifter navn. Navn som Ultra Violet, International Velvet, Billy Name, Viva og Holly Woodlawn, for å nevne

noen. Det å skifte navn kan ses som en popdåp hvor man går fra sitt kristne navn til et popnavn. Her ligger allerede Warhols instruks til happeningen; kom til 'the Factory', skap deg en pop identitet, skift navn, bli berømt. Å bli berømt er både en oppfordring og en belønning. De som

<sup>204</sup> Jens Bjørneboe: Om Brecht og Om teater, Pax Forlag A/S, Oslo, 1998

<sup>205</sup> ibid. s. 55-57

skaper seg en identitet som utpeker seg får æren av å bli fanget opp av Warhols filmkamera. Og gjennom dette kameraet ligger veien til berømmelse.

På grunn av det maskinelle blikket – Warhols eget kamera og de som kommer for å fotografere 'the Factory superstars' – finnes det en betrakter, et publikum, men det er et publikum uten følelser. Som jeg antydte ovenfor<sup>206</sup> fungerer 'the Factory' som en happening hvor alle spiller sine roller for og sammen med hverandre samtidig som denne happeningen fungerer som teater for offentligheten, i stor grad gjennom media.

Stephen Koch beskriver 'the Silver Factory' på denne måten i boken "Stargazer – the Life, World and Films of Andy Warhol";

*“The old Factory was about decadence, about the the wasted pallor on Warhol’s boyish face, about his silence, his affectless gaze, the chic freakiness of his entourage, about all the things he was able to endow with the magic of his fame and transform into the image, par excellence, of a subterranean world of beautiful people and geniuses and poseurs, the obsessed and the bored, come at last into their glamorous own. /.../ Within the silvery walls of the Factory, they became visible, and one of the central cultural images of the decade. /.../ the Factory inverted the traditional subculture’s role: While the little world mocked and mimicked the big one, the big world looked on, fascinated, making the Factory shine under the spotlight of its attention. The audience out there became part of the scene: everybody in the Factory knew he was being watched, and a glowing, theatrical self-awareness was built into the place’s very life, endowing its most casual actions with a sense of moment.”<sup>207</sup>*

Her har vi en grei og kort beskrivelse av 'the Factory' som retter oppmerksomheten mot en del av de tingene jeg har vært inne på; hvordan situasjonen på 'the Factory' under Warhols spesielle blikk fungerte som en iscenesettelse. Det var undergrunnen som spilte ut sin teatrale selvbevissthet for den store verdens blikk. Det er to blikk tilstede og observerer denne scenen – offentligheten, kameraet, media og Warhols eget blikk. Koch kaller boken sin *Stargazer* – stjernebetrakter – og påpeker på denne måten at Warhols kunst og liv er styrt av dette blikket;

---

<sup>206</sup> se del 3

<sup>207</sup> Stephen Koch: *Stargazer – the Life, World and Films of Andy Warhol*, Marion Boyars Publishers LTD, New York & London 2002 (første utgave; 1973), s. 5-6

Warhol *er* en måte å se livet og verden på sier Koch senere, og denne måten kommer til uttrykk gjennom alle medier Warhol benytter seg av.<sup>208</sup> Dette blikket blir beskrevet som passivt og voyeuristisk. Dette er et distansert blikk og denne distanseringen er sentral for Warhols persona.<sup>209</sup> Voyeuren er et menneske som opprettholder en distanse fra den seksuelle situasjonen som opphisser ham/ henne. Og denne distansen muliggjør en scene eller et rom å spille på eller i. Publikum blir en del av scenen, sier Koch, og Warhols blikk – hans fysiske blikk, og kameraet i dets forlengelse – går mot en sammensmeltning av dette 'objektive' blikket og hans eget blikk. Warhol bare *ser* på det som foregår omkring ham på 'the Factory' og det medierte blikket er på Warhol og det Warhol ser på medierer han videre. Warhol går langt i retning av å bli et kamera – en maskin som ser. Og det er denne maskinen som iscenesetter hele den subkulturen som utspiller seg på 'the Factory'.

## Pop personaen som maskinell teatralitet

Hos Baudrillard har vi sett at virkeligheten leses som tegn og at tegnet i seg selv er tilfeldig og får sin betydning gjennom tegnsystemer. Når alt er tegn forsvinner virkeligheten som noe bakenforliggende og stabilt og virkeligheten blir erstattet av simulasjon. I simulasjonen er en avbildning og objektet den avbilder likeverdige når det gjelder sannhet. Dette gjelder også identitet som går fra å bety å være identisk med seg selv eller sitt indre til å bli et ytre fenomen. Som vi så hos Gran blir identitet noe som kan kjøpes gjennom konsumerprodukter. Dette har vi også hos Baudrillard. Han kaller dette 'personalisering' – det å tilegne seg en 'personlighet' gjennom tegn på personlighet. Man ikler seg altså en personlighet eller en identitet gjennom konsumerobjekter. Min påstand ovenfor har vært at det er en gradvis teatralisering i forhold til denne identiteten, jeg skiller mellom sosial og teatral rolle (se avgrensning tidligere i dette kapitlet) og stiller krav til en viss grad av bevissthet om spill og en strukturering av rollen for å kunne snakke om teatralitet. I prinsippet fungerer likevel alle tegn som rekvisitter og kostymer for den rollen man spiller. I konsumersamfunnet er det disse tegnene man kjøper når man kjøper et produkt – man kjøper det på grunn av dets tegnverdi, på grunn av den grad av *status* produktet gir. Her er ikke status direkte knyttet til økonomi, men den er knyttet til *måten* man konsumerer på. Og det er gjennom denne måten å konsumere på at man får – eller bekrefter – en sosial

---

<sup>208</sup> *ibid.* s.30

<sup>209</sup> *ibid.* s.26

tilhørighet. Når et objekt konsumeres mer for sin tegnverdi enn for sin bruksverdi kaller Baudrillard objektet for en 'gadget'. Alt kan i prinsippet bli en 'gadget'.

I de strukturene som definerer kunsten og kunstinstitusjonen ligger det mot slutten av 1950-tallet visse forvetninger – man kan si at det er visse tegn som kan knyttes til kunst på denne tiden. Disse tegnene er i stor grad knyttet til den romantiske genidyrkelsen av kunstneren. Farver og penselstrøk blir opplevd som tegn på kunstnerens personlighet. Warhol ønsker å redusere kunsten til et nullpunkt gjennom å innføre tegn som kan knyttes til den trivielle kulturen inn i kunsten. Samtidig ønsker han å redusere personligheten (subjektet) til et objekt uten bruksverdi, men kun med bytteverdi – en 'gadget'.

De teatrale grepene Warhol benytter for å redusere subjektet og forsterke kroppens objektstatus har vi diskutert ovenfor i forhold til Kirby, Schechner og Gran. Her skal vi se på hvordan Warhol manipulerer med de tegn som er tilgjengelige i konsumersamfunnet, som media, kunsten, personligheten og kroppen, og går langt i retning av å selv bli et konsumerobjekt.

Vi har allerede sett på media som blick, og da spesielt film- og fotokameraet som et maskinelt eller mekanisk blick. Ifølge Baudrillard er medias funksjon sosial kontroll gjennom akslerasjon og reproduksjon av det singulære<sup>210</sup>. Media er, ifølge Baudrillard, et system eller en struktur som til enhver tid forhindrer respons, og det som gjør alle prosesser av utveksling umulige. Gjennom massemedia er vi derfor ikke tilstede i det virkelige, men får en "objektiv" representasjon av den. På den måten skaper media en trygg avstand fra virkeligheten, samtidig som vi nyter virkelighetens representasjon. Denne representasjonen er et simulacrum hvor bildenes og tegnenes simulasjon oppleves som mer virkelig enn virkeligheten selv. Dette simulacrum er dermed en ny virkelighet som finnes hinsides bildet, en virkelighet som er transformert av sin representasjon og hvor funksjonene av original og kopi er vendt om.

Som vi har sett arbeider Warhol med medier helt fra sin ankomst i New York, han fungerer som reklametegner fra 1950 og utover og får på den måten en spesiell kunnskap om den fremvoksende mediekulturen. På 1950-tallet vokser også en tv-kultur frem i og med at tv-en blir tilbudt som konsumerobjekt i forlengelsen av radioen, og sentrum for tv-mediets aktivitet i USA er New

---

<sup>210</sup> se del 3 ovenfor

York<sup>211</sup>; Tv-mediets gjennombrudd i 1948 var en eksplosjon i vekst fra under en halv prosent av alle husstander i 1948 til over 85 prosent i 1960.<sup>212</sup> Og tv-ens styrke er at den passer perfekt inn i den nye sosialøkonomiske kultursituasjonen. Kjernefamilien kunne på kvelden samle seg foran denne lille boksen med de bevegelige bildene og delta i en felles kultur som forenet både familien og nasjonen.<sup>213</sup> Tv-en blir således et perfekt medium for populærkultur, underholdning og kulturoppbygging.

Måten Warhol forholdt seg til disse medier – reklamen og tv-en – tyder på en dyp forståelse for de muligheter de bragte med seg. I og med den enorme veksten av medier, blir bilder eller representasjoner tilgjengelig i overflod. Dermed blir det et behov for å lage bilder som skiller seg ut og som fanger oppmerksomhet. Dette er merkevarens logikk, det er på grunn av en generell homogenisering gjennom masseproduksjon og en enorm tilgjengelighet av informasjon gjennom media at merkevaren oppstår som fenomen. Slik Warhol konstruerer sin rolle, gjennom en stadig reduksjon av det overflødig, det forvirrende og det som ikke understreker hans identitet og image som pop persona, fungerer den som en merkevare. Warhols publikum gjenkjenner ham nettopp gjennom sin karikatur – den sølvfarvede parykken, de sorte klærne, skinnjakke, solbriller og støvler. Det fotografiske blikket krever en tydeliggjøring hvis man skal markere seg, og Warhols ønske er ikke bare å markere seg, men å bli berømt. Men Warhols tilstedeværelse i media hadde nok vært knapp om han ikke hadde benyttet seg av et annet medium som tegn, - nemlig kunsten.



Warhol lager silketrykk.

i kunstnerisk sammenheng på begynnelsen av 1960-tallet.<sup>214</sup> Som vi har sett hos Baudrillard<sup>215</sup>

<sup>211</sup> Øystein Hjort, Paul Levine, Jakob Levinsen og Peter Schepelern: Amerikansk kultur etter 1945, Spektrum Publishers, Copenhagen 1992

<sup>212</sup> ibid. s.239

<sup>213</sup> ibid.

<sup>214</sup> se del 2 ovenfor

fungerer strukturene omkring kunsten på den måten at kunstneren – *skaperen* – blir opphøyet i konsumersamfunnet. Og når Warhol ønsker å redusere seg til maskin og redusere kunsten til masseproduserte objekter, blir han bare opphøyet mer fordi den sosiologiske og kulturelle statusen kunst har ikke kan forandres gjennom kunstnerens intensjon eller bildets innhold. Warhol benytter seg nettopp av den kulturelle og sosiologiske statusen kunsten har til å gjøre en mer storslått entré i det offentlige. Hans berømmelse som reklametegner er begrenset til et internt miljø i New York, mens kunstnere som Pollock fraktes verden rundt som representanter for Amerika. Gjennom å knytte seg til kunsten som tegn, knytter Warhol seg samtidig til den statusen som kunsten tilbyr. Kunsten står likevel som et vanskelig område å etablere seg på på grunn av de forventningene som ligger der fra avant-garden om fornyelse av det kunstneriske uttrykk. Warhol finner denne fornyelsen i kortslutningen av det opphøyde – kunsten – og det populære – kitchen. Gjennom å forene disse to motstridende tegn, oppstår 'campen' eller den varianten som finnes i kunsten; Popart. Nettopp på grunn av denne uvanlige sammenstillingen (riktignok ikke helt ukjent for dadaistene) og utjevningen av tegn som oppleves som motpoler, skaper Warhol og de andre popkunstnerne en tvetydighet i sin kunst som vekker nysgjerrighet, glede og forargelse. Man begynner å lete etter en dypere mening, fordi denne forventningen finnes i forhold til mediet – maleriet – at det tilbyr noe i form av følelser og betydning. Lars Fr. H. Svendsen beskriver Warhol som en sphinx uten gåte<sup>216</sup>, og det er kanskje noe her som kan forklare den responsen Warhol og popkunsten får. Den vekker gjennom form og innhold det Baudrillard kaller en instrumentell nysgjerrighet.<sup>217</sup>

På denne måten fungerer kunsten – ikke verket i seg selv, men selve begrepet om kunst, som en rekvisita og som et tegn på kulturell status. Warhol knytter seg sammen med kunsten som tegn gjennom en identitet som bekrefter kunstens innhold. Den pop personaen Warhol konstruerer understreker hans kunstneriske prosjekt samtidig som hans kunstneriske konsept understøtter pop personaen. Det er tegn som bekrefter hverandre og forsterker hverandre (både i form og innhold), og på den måten blir både kunsten og kunstneren tydeligere og mer overbevisende som tegn. Igjen kan vi bruke merkevarens logikk som forklaringsmodell; når varen og merket understøtter hverandre på denne måten, fungerer merket som en garanti for varens kvalitet. Warhol fungerer gjennom sin pop persona som en garanti for kunstverkene han produserer, enten det gjelder maleri, film, skulptur eller video.

---

<sup>215</sup> se del 3 ovenfor

<sup>216</sup> Lars Fr.H.Svendsen: Kunst, Oslo 2000, s. 83

<sup>217</sup> se del 3 ovenfor

Når kunsten finnes tilgjengelig for det offentlige blikk, vender man fort blikket mot den som står bak. I den abstrakte ekspresjonsimen opplevdes kunstneren gjerne som maleriets referanse – bildet man hadde fremfor seg var en materiell manifestasjon av kunstnerens sjeleliv. Popkunsten strebet bort fra en slik lesning av verket gjennom motiver som var hentet fra et marked av masseproduserte (dvs. upersonlige) objekter og gjennom teknikker som var hentet fra massemedia. Warhol går som kjent lengst i denne retningen av det upersonlige gjennom å avbilde masseproduserte objekter (hermetikkbokser) med en teknikk hentet fra reklamen (silketrykk) og gjennom å masseprodusere bildene – både innenfor et lerret og på flere lerret. Kanskje nettopp på grunn av denne reduksjonen av ethvert personlig tegn i kunstverket ble det nødvendig for Warhol å insistere på en kunstneridentitet. Som vi har sett gjør Warhol mange kalkulerte grep for å holde oppmerksomheten på seg og kunsten. Han strukturerer de ytre tegn på en systematisk måte slik at alle tegn understøtter og forsterker hverandre. Han uthever sine svakheter for å tydeliggjøre dem som tegn på kunstneren, han understreker sin legning, viser frem eksentrisitet gjennom enkle rekvisitaer som parykk og solbriller, samtidig som at han insisterer på at det ikke finnes noen referent for disse tegnene; alt er utvendig – Warhol selv, kunsten, filmene – overflater.<sup>218</sup> I nettopp dette utsagnet utviser Warhol en uvanlig innsikt i hvordan objektet fungerer i konsumersamfunnet, nemlig hovedsaklig som et tegn som kan byttes ut med andre tegn. Warhols kunstverk peker på denne måten ikke mot en personlighet bak verket, men mot atter en overflate ved siden av.

De tegn Warhol knytter seg til forsterker hele tiden hans persona. Han knytter seg bevisst til vakre, unge mennesker gjennom hele sin karriere og dette gir ham status og innpass overalt. Disse menneskene har samme funksjon som kunstverkene – de er tegn som peker mot Warhol og understøtter og forsterker det tegnsystemet han forsøker å bygge opp. Dette tegnsystemet er pop personaen som merkevare. Når disse tegnene leses peker de ikke tilbake på Warhol som personlighet (selv om vi kanskje tolker det på denne måten), men de peker tilbake på leseren som et speil. Leseren eller betrakteren blir da den som inviterer i konsumerobjektet eller tegnsystemet Warhol. Når man investerer i et tegn på denne måten er man involvert i konsumering av dette tegnet.

På denne måten realiserer Warhol drømmen om å bli en maskin; maskinen er følelsesløs og produktiv, maskinen er et medium og 'the Factory' er det stedet der denne maskinen produserer

---

<sup>218</sup> se del 2 ovenfor



sine varer. Warhol oppnår denne drømmen gjennom hele tiden å objektivere seg selv – han reduserer kontinuerlig tegn på privatliv, intimitet, følelser og menneskelighet til han fungerer som et objekt, eller, kanskje allerhelst, som et tegn. Han blir, i kraft av sin pop persona, en 'gadget' som har en høy bytteverdi, men ingen bruksverdi. Denne tegnverdien gjør det mulig å knytte Warhol til alle typer tegn, og Warhol selv benytter denne muligheten til å knytte seg til tegn som forsterker og understreker hans påbegynte berømmelse.

Dette er altså den maskinelle teatralitet slik den utspiller seg gjennom Warhols pop persona; en reduksjon av tegn på følelser og menneskelige trekk kombinert med en produksjon av tegn på status.

Hvis vi tenker på hvorledes Warhols maskinelle teatralitet står i forhold til det tradisjonelle "aristoteliske", psykologiske drama basert på identifikasjon gjennom følelser, kan vi kanskje si at mens tragedien søker innover i det naturlige og det fysiske i mennesket og inn til det som befinner seg bakenfor det rasjonelle, søker Warhols maskinelle teatralitet seg over i en tilstand hvor menneskekroppen og det ytre fungerer som abstrakte tegn løsrevet fra det naturlige. Her ser vi hvordan det Baudrillard kaller den lekne (ludic) dimensjonen av konsumet har fortrengt den tragiske dimensjonen av identitet og ertsatt den med et spill eller en lek med tegn.

## Sluttord

Jeg har i denne oppgaven forsøkt å argumentere for hvorfor og hvordan Warhol kan sies å være teatral. Som bakgrunn for denne undersøkelsen har jeg benyttet forskjellige teoretikere hentet både fra teatervitenskapen og andre relevante vitenskaper, som sosiologien og kunsthistorien. Fra Warhol og Baudrillard har jeg hentet begrepet om en maskinalitet hos Warhol, som jeg igjen har knyttet sammen med den teatraliteten jeg mener å ha påvist. Min påstand har altså vært at Warhol benytter seg av en *maskinell teatralitet* for å fungere som merkevaren og gjenkjennelig tegn for offentligheten og media. Hvordan denne teatraliteten utarter seg har jeg forsøkt å besvare ovenfor. For å gjøre dette har jeg benyttet teorier om teatralitet som gjør det mulig å se på fenomener som er teateraktige, men som ikke befinner seg innenfor institusjonen eller på en scene. Disse teoriene har jeg diskutert i del 4, og som vi har sett har vekten vært på Kirby, Schechner, Gran og Kaprow. Ved hjelp av Kirbys begrep om 'not-acting' og 'acting' som en gradvis overgang har jeg konstruert et begrep om en gradvis overgang i forhold til sosiale og teatrale rolle. Denne gradvise økningen er preget av en økning av bevissthet og struktur i forhold til rollen. Som jeg har presisert ovenfor oppfatter jeg en rolle som et relasjonelt fenomen, mens en identitet er mer knyttet til individet. Fra Schechner har jeg hentet begrepet om 'restored behavior' som han anser som hovedkarakteristikken ved enhver opptreden. For å restaurere oppførsel går individet gjennom en øvelses-prosess som jeg har beskrevet ovenfor i forhold til Warhols bruk av McCabes fotografier. I denne prosessen transformeres 'meg' gjennom 'ikke-meg' til 'ikke-ikke-meg'. 'Ikke-ikke-meg' hos Schechner er altså det som er både 'meg' og 'ikke-meg' samtidig. Hos Gran fungerer 'ikke-ikke-meg' ikke som en transformert tilstand, men som en tilstand av selv-bevissthet. Gran introduserer dette som en uttalt teatralitet som står i forhold til både en uttalt teatralitet og en oppfatning av noe som autentisk. Her er det da det autentiske som er 'meg', den uttalte teatraliteten som er 'ikke-meg' og den uttalte teatraliteten som er 'ikke-ikke-meg'. Teatralitet, spill og iscenesettelse er her definert av at det er en grad av bevissthet tilstede hos utøveren, samtidig som at det også finnes et blikk å spille mot eller iscenesette for. Hos Warhol har dette blikket i størst grad vært media og offentligheten.

I Kaprows happeningbegrep er det et ønske tilstede om å bruke mennesker i iscenesettelser på samme måte som maleren bruker maling på lerretet. Kaprow ønsker da å unngå den tradisjonelle teateropplevelsen hvor scene og sal er mer eller mindre adskilt og hvor de opptredende er mer eller mindre profesjonelle. Målet er at happeningen skal skli inn og ut av livet og virkeligheten og

problematisere nettopp dette skillet mellom kunsten og det virkelige. Hos Warhol viskes dette skillet ut og livet og kunsten smeltes sammen i popliv på 'the Factory'. I en happening er det ingen tildelte roller, men alle er på scenen og scenen kan være hvor som helst – et gatehjørne, en bank et hustak eller en bunker. Warhol og hans 'superstars' igangsetter på denne måten en varig happening som utspiller seg på 'the Factory' og i New Yorks undergrunn samtidig som de spiller opp mot et offentlig blikk og media.

Det er tydelig at Warhols pop persona oppstår under spesielle historiske forutsetninger; i kunsten har vi en sterk tro på romantikkens kunstnergeni og i den kommersielle kulturen har vi en fremvekst av media og masseproduserte varer. Warhol kombinerer disse elementene og omskaper kunstnergeniet til en merkevare på linje med Coca-Cola og MacDonalds. Dermed skiller Warhol seg ut som kunstner i et landskap av flere habile kunstnere som Roy Lichtenstein og Claes Oldenburg. Warhol utvider også sitt kunstnerskap til å gjelde nesten alle tilgjengelige medier; film, musikk (Velvet Underground), happenings (The Exploding Plastic Inevitable), litteratur (a – a novel<sup>219</sup>), magasin (Inter/View), musikkvideoer og tv. Det er altså hos Warhol en utvidelse og overskridelse av mange moderne medier samtidig som Warhol selv har rollen som direktør for 'the Factory' og merkevare for sine produkter. Det å knytte seg til moderne medier som film- og fotokameraet, litteratur og lydopptak (Warhol dokumenterte gjerne samtaler med en portabel båndspiller som han bar på seg nesten ustanselig – og som han omtalte som konen sin<sup>220</sup>), forsterker Warhols identitet som maskin samtidig som produktene peker tilbake på denne maskinen som opphavsmann.

I kunsthistorien etter Warhol er det mange eksempler på etterfølgelse når det gjelder identitetsbygging. De tydeligste er kanskje Jeff Koons<sup>221</sup> som iscenesetter seg selv som en ny type kunstner; *forretningsmannen* og Cindy Sherman<sup>222</sup> som iscenesetter seg selv gjennom kostymering med stadige nye identiteter og fotograferer denne iscenesettelsen. Her hjemme er kanskje Odd Nerdrum<sup>223</sup> den som er mest tydelig inspirert av Warhol selv om han på mange måter iscenesetter seg som Warhols motsetning – der Warhol hyller maskinen og det moderne, søker Nerdrum mot det førmoderne gjennom både kunsten og livsstilen.

---

<sup>219</sup> Andy Warhol: *a – a novel*, Grove Press, New York 1968

<sup>220</sup> Andy Warhol: *THE Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back Again)*, Harcourt Brace & Company, 1975

<sup>221</sup> Angelika Muthesius (red.): *Jeff Koons*, Taschen, Köln 1992

<sup>222</sup> *Cindy Sherman Retrospective*, Thames & Hudson, London 1997

<sup>223</sup> Jan Åke Pettersson: *Odd Nerdrum – Historieforteller og selvavslører*, Aschehoug, Oslo 1998

Men det er ikke bare i kunsthistorien Warhol har hatt innvirkning. Gjennom 'the Factory' og de filmene som ble laget der, ble Warhols bud om å gjenskape og bekrefte sin identitet et tilbud om en måte å slippe unna intimitetstyranniet. Livet er ikke en tragedie hvor skjebnen eller psykologien har definert og determinert fremtiden, men en komedie hvor man kan leke med masker til man finner en man er fortrolig med. Som jeg nevnte ovenfor<sup>224</sup> ble Warhols teatrale grunnsetning – at alle kan rekonstruere seg i populærkulturens bilde – spredd av Velvet Underground, Iggy Pop og David Bowie gjennom 'glitter rocken'. Den teatrale kulturen som Warhol etablerte som tilfluktssted for New Yorks kreative og narkomane ungdom har spredd seg og delt seg i mange varianter. Det er ikke så langt fra Warhols sorte skinnjakke og dongerybukser til heavy metal identiteter som f.eks, Sigurd Wongraven fra det norske black metal bandet Satyricon.

På den ene siden fremmet Warhol denne iscenesettelsen av seg selv – muligheten til å forandre og rekonstruere identiteten gjennom ytre tegn. På den annen side fremmet han en ren og direkte dokumentasjon av virkeligheten gjennom å filme medlemmene på 'the Factory'. Man ble ikke en 'superstar' fordi man var en dyktig skuespiller i konvensjonell forstand, men fordi man var spennende å se på uten at man spilte en annen rolle foran kameraet enn ellers. Warhol var her inspirert av cinema verité som gikk mot de overdådige Hollywoodproduksjonene med et ønske om å rette blikket mot virkeligheten. Her er Warhol i forkant av reality-tv hvor alle kan bli stjerner gjennom å vise seg frem, gjennom å vise frem sine 'personlighetstrekk' eller tegn på personlighet. Warhol presenterer altså både en gjennomstrukturert rolleskapning og en virkelighetslengsel gjennom 'the Factory'. Det er en oppfattelse av det virkelige her som virker fascinerende fordi pop personaen oppleves som noe virkelig og autentisk, og denne virkeligheten kan dokumenteres ubesudlet gjennom kameraet. Samtidig er den en tro tilstede hos Warhol på at mediet kan transformere denne pop personaen til noe mer enn bare en stjerne, nemlig *en superstjerne*.

---

<sup>224</sup> se del 2 ovenfor

## Litteraturliste;

- Alvesson, Mats & Sköldbberg, Kaj: *Tolkning och reflektion*, forlaget studentlitteratur, Lund, 1994
- Baudrillard, Jean: *America*, Verso, London & New York 1988
- Baudrillard, Jean: *Simulations*, Semiotext[e], New York 1983
- Baudrillard, Jean: *The Consumer Society – myths and structures*, Sage Publications, London, Thousand Oaks & New Dehli 1998
- Baudrillard, Jean: *The Perfect Crime*, Verso, London & New York, 1996
- Baudrillard, Jean: *The Transparency of Evil – Essays on Extreme Phenomena*, Verso, London & New York, 1993
- Bjørneboe, Jens: *Om Brecht og Om teater*, Pax Forlag A/S, Oslo 1998
- Bokris, Viktor: *Warhol*, Frederick Muller, London, Sydney, Auckland, Johannesburg 1989
- Cagle, Van M.: *Reconstructing Pop/Subculture – Art, Rock, and Andy Warhol*, Sage Publications, 1995
- Colacello, Bob: *Holy Terror – Andy Warhol close up*, Cooper Square Press, New York 2000
- Debord, Guy: *The Society of the Spectacle*, New York 1995
- Doyle, Flatley og Munoz (red.): *Pop Out – Queer Warhol*, Durkham and London 1996
- Fried, Michael: “Art and Objecthood”, Artforum, juni, New York 1967
- Goffman, Erving: *The Presentasion of Self in everyday life*, Garden City 1959
- Gran, Anne-Britt: ”Arven fra Brecht i postmodern teater”, Norsk Shakespeare Tidsskrift, nr. 2, 2001
- Gran, Anne-Britt: ”En forestilling om implosjon og eksplosjon i kunsten”, Samtiden nr. 4, Oslo 2001
- Gran, Anne-Britt: ”Teatralitetens fall på Ibsens tid”, *Den optiske fordring: pejlinger i den visuelle kultur omkring Henrik Ibsens forfatterskab*, red. Erik Østerud, Århus 1997
- Gran, Anne-Britt: *Vår teatrale tid – om iscenesatte identiteter, ekte merkevarer og varige mén*, Oslo 2004
- Harriseon, Charles & Wood, Paul (red.): *Art in theory 1900-1990 – an Anthology of Changing Ideas*, Blackwell, Oxford UK & Cambridge USA 2001 (første utgave 1992)
- Honnef, Klaus: *Andy Warhol – Kunsten som forretning*, Benedict Taschen 1990

- Kaprow, Allan; *Assemblage, Environments & Happenings*, Harry N. Abrams, Inc., New York 1966
- Kellner, Douglas: *Baudrillard: A critical reader*, Blackwell, Oxford UK & Cambridge USA 1994
- Kirby, Michael: "On acting and not-acting", *The Art of Performance. A critical anthology*, red. Gregory Battcock og Robert Nickas, New York 1988
- Koch, Stephen: *Stargazer – the Life, World and Films of Andy Warhol*, Marion Boyars Publishers LTD, New York & London 2002 (første utgave; 1973)
- Koestenbaum, Wayne: *Andy Warhol*, Phoenix, London 2003
- Lane, Richard J.: *Jean Baudrillard*, Routledge, London and New York 2000
- McCabe, David (photo) & Dalton, David (text): *A Year in the Life of Andy Warhol*, Phaidon Press Limited, New York 2003
- Rojek, Chris and Turner Bryan S. (red.); *Forget Baudrillard?*, Routledge London and New York 1993
- Rolness, Kjetil: *Vulgær og videnderlig – en studie i utsøkt dårlig smak*, Oslo 1992
- Schaffner, Ingrid: *The Essential Andy Warhol*, The Wonderland Press, New York 2000
- Schechner, Richard: *Between thetaer & anthropology*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia 1989
- Schechner, Richard: *Performance Theory*, Revised and expanded edition, New York and London 1988
- Sennett, Richard: *The Fall of Public Man*, London – Boston 1993
- Svendsen, Lars Fr. H.: *Kjedsomhetens filosofi*, Oslo 1999
- Svendsen, Lars Fr. H.: *Kunst*, Oslo 2000
- Violet, Ultra: *Famous for 15 minutes – my years with Andy Warhol*, Harcourt Brace Jovanovich, Publishers, New York 1988
- Warhol, Andy: *a – a novel*, Grove Press, New York 1968
- Warhol, Andy & Hackett, Pat: *POPism – The Warhol Sixties*, Harcourt Brace & Company, New York 1980
- Warhol, Andy: *THE Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back Again)*, Harcourt Brace & Company, New York 1975

## **Oversiktsverker:**

Lynton, Norbert: *The Story of Modern Art*, Phaidon Press Limited, London 1989 (andre utgave)

Osterwold, Tilman: *Pop Art*, Taschen, Köln 1999

## **Tidsskrifter:**

*October Files 2: Andy Warhol*, red. Anette Michelson, London 2001

## **Kunstkataloger:**

Angelika Muthesius (red.): *Jeff Koons*, Taschen, Köln 1992

*Cindy Sherman Retrospective*, Thames & Hudson, London 1997

Jan Åke Pettersson: *Odd Nerdrum – Historieforteller og selvavslører*, Aschehoug, Oslo 1998

## **Dokumentarer:**

Andy Warhol – Made in China, regi: Lee Chaplin, 1989

Andy Warhol, regi Kim Evans, 1992

Andy Warhol – The Complete Picture, part 1 & 2, regi: Chris Rodley, 2002

Superstar – the Life and Times of Andy Warhol, regi: Chuck Workman, 1996

## **Film:**

Basquiat, regi Julian Schnabel, 1996

I shot Andy Warhol, regi Mary Harron, 1997

## Billedliste

**Forsiden:** Selvportrett 1967, hentet fra Ingrid Schaffner; The Essential Andy Warhol.

**Fig 1:** Andy Warhol på Satble Gallery, hentet fra Bob Colacello; Holy Terror – Andy Warhol close up.

**Fig 2:** Warhol 1950, hentet fra Viktor Bokris; Warhol.

**Fig 3:** Warhol 1952, hentet fra Bob Colacello; Holy Terror – Andy Warhol close up.

**Fig 4:** Popeye, 1961, hentet fra Ingrid Schaffner; The Essential Andy Warhol.

**Fig 5:** Campell Soup, invitasjon til utstilling på Ferus Gallery, hentet fra Andy Warhol Pop Box

**Fig 6:** Marilyn Diptych, 1962, hentet fra Ingrid Schaffner; The Essential Andy Warhol.

**Fig 7:** Warhol og Malanga, hentet fra Andy Warhol & Pat Hackett; Popism – the Warhol Sixties.

**Fig 8:** Warhol og 'superstar' Edie Sedgewick, hentet fra Viktor Bokris; Warhol.

**Fig 9:** Warhol, 1964, hentet fra Viktor Bokris; Warhol.

**Fig 10:** 'Superstar' Ultra Violet, Warhol og 'superstar' Viva, hentet fra Ultra Violet; Famous for 15 minutes – my years with Andy Warhol.

**Fig 11:** Warhol filmer, hentet fra Ingrid Schaffner; The Essential Andy Warhol.

**Fig 12:** Warhol, 1968, hentet fra Ingrid Schaffner; The Essential Andy Warhol.

**Fig 13:** Warhol, 'superstar' Edie Sedgewick og Chuck Wein, hentet fra Bob Colacello; Holy Terror – Andy Warhol close up.

**Fig 14:** Warhol, 1964, hentet fra David McCabe & David Halton: A year in the life of Andy Warhol.

**Fig 15:** Warhol, 1964, hentet fra David McCabe & David Halton: A year in the life of Andy Warhol.

**Fig 16:** Warhol omringet av 'Factory regulars', hentet fra Andy Warhol & Pat Hackett; Popism – the Warhol Sixties.

**Fig 17:** Warhol lager silketrykk, hentet fra Ingrid Schaffner; The Essential Andy Warhol.



## Sammendrag

I oppgaven *Andy Warhol Superstar – om kunstnermyten, media og den maskinelle teatralitet* har jeg undersøkt kunstneren Andy Warhol i forhold til begreper om konsumersamfunnet og teatralitet. Målet med oppgaven har vært å presentere en del av Warhols kunstneriske prosjekt som ofte nevnes i bisetninger i forhold til hans kunstneriske virke, men sjelden er grundig analysert. Oppgaven handler om hvorledes Warhol strukturerer og presenterer seg selv som merkevare for sin egen kunstneriske produksjon. Denne merkevaren som gjerne beskrives som Warhols *pop persona* har vært essensiell i forhold til Warhols berømmelse. Det er i stor grad denne pop personaen som jeg her vurderer opp mot begreper om teatralitet i det virkelige og mot virkeligheten som tegn. Jeg presenterer Jean Baudrillard og hans teorier om det vestlige konsumersamfunnet og mediasamfunnet i en tid som gjerne kalles postmoderniteten. Baudrillards vurderinger av virkeligheten som bestående av tegn fungerer i oppgaven som et bakteppe for min lesning av Warhol og de teatralitetsbegrepene jeg har brukt. Min påstand er at teatralitet kan utspille seg virkeligheten, i det sosiale eller gjennom media, og Warhol benytter seg av denne muligheten til å konstruere en merkevare som understøtter Warhols kunstneriske prosjekt. Warhols kunstneriske produksjon blir presentert, men i liten grad vurdert da fokuset har vært på Warhols iscenesettelse av sin egen kunstnermyte. Jeg har også konsentrert meg om en periode i Warhols liv, fra ca.1950-1968, som jeg regner som en periode hvor Warhol jobber med sin identitet på forskjellige måter. Disse måtene har jeg vurdert i forhold til forskjellige begreper om teatralitet og iscenesettelse hentet i stor grad fra Anne-Britt Gran, Michael Kirby, Richard Schechner og Allan Kaprow. Da Warhol har et uttalt ønske om å være en maskin har jeg beskrevet den teatraliteten som jeg tilskriver Warhol for maskinell. Warhol går i stor grad i retning av å bli en følelsesløs kunst- og kulturmaskin og jeg vurderer dette i forhold til Warhols kunstneriske prosjekt – som kan sies å være en invertering av romantikkens myter om den store og personlige Kunsten – og i forhold til objektets posisjon i et samfunn dominert av konsum. Warhol går forøvrigt også utover kunstens rammer og tilbyr et sammensmeltning av popkunst og popliv på 'the Factory' hvor alle som kommer innom oppfordres til å konstruere sin egen popidentitet og hvor de tilbys femten minutters berømmelse. Min konklusjon er at Warhol går langt iredning av å eliminere følelseslivet og den direkte involveringen i livet og på denne måten bli et abstrakt tegn – en 'gadget' som er et objekt som er tømt for bruksfunksjon og bare har en funksjon som tegn, tegn på status.