



Innhold 4 2001

• ABONNEMENT

• BESTILLING AV ENKELTNUMRE

• ARKIV

• KONTAKT SAMTIDEN

- [Hvorfor hater de oss?](#) leder av Knut Olav Åmås
- [Verdikommisjonen får en leser](#) Nina Dessau
- [En forestilling om implosjon og eksplosjon i kunsten](#) Anne-Britt Gran
- [Kunsten å kunne for lite](#) debattartikkel av Per Thomas Andersen
- [Kva er eit norskfag?](#) debattartikkel av Jan Terje Faarlund
- [Norskfaget som stengsel – og opning.](#) debattartikkel av Jon Erik Hagen
- [Svar til Dag Østerberg](#) Jon Langdal **bare på nett**
- [Kunst og kultur som politisk våpen](#) André Brink i samtale med Teresa Grøtan **bare på nett**
- [En vriompeis leser Maktutredningen](#) debattartikkel av Bent Sofus Tranøy
- [Makt- og demokratiutredningen – sett fra Statistisk Sentralbyrå](#) debattartikkel av Siri Meyer

Anne-Britt Gran

En forestilling om implosjon og eksplosjon i kunsten

Hvis det er slik at en stadig større del av den estetiske skapingen i dag skjer i det private næringslivets regi, bør humanister og esteter begynne å forfølge den estetiske eksplosjonen der den virkelig finner sted. Akademisk sutring over kunstens tapte frihet forandrer verken næringslivets strategier eller kunstinstitusjonens marginale posisjon i samfunnet. Muligens kan det spores et nytt undergravende potensial i den privatsponsede oppdragskunsten – så nær den nå har kommet makten, skriver Anne-Britt Gran.

Entré

For mange år siden holdt jeg et foredrag for de ansatte på Black Box Teater i Oslo: Det het: Er det lys i den andre enden av tunnelen? Black Box var tunnelen. Jeg får fremdeles assosiasjoner til mørke tunneler når jeg sitter i slike svarte bokser og ser det hippeste avantgardeteatret, som selvsagt ikke heter avantgarde eller teater lenger, men post-mainstream og performance. Som publikum, kritiker og akademiker føler jeg meg tidvis sugd opp i den sorte tunnelen som en black box-scene er det fullkomne bildet på. Det virker trangt i det sorte rommet, som om det homogene publikummet og forestillingen ble presset sammen der inne. Noen klager også over at dette scenerommet alltid virker så kaldt.

Utenfor er det lyst og varmt. Graffitten lyser mot meg fra T-banens utgang. Handlevognen på supermarkedet har fått nytt design som ville gli inn i ethvert post-minimalistisk hjem. Kanskje de selger den et sted? Den unge mannen i kassen har minst 14 ringer i ansiktet og ser ut som om han kommer rett fra

raveparty. Han smiler mens han forteller meg at handlevognen altså ikke er til salgs, men at den er laget for å gi butikken nytt image. For å bygge opp under sitt nye image har bedriften også valgt å sponse et matchende kunstmuseum i hovedstaden.

1. akt: Kunstinstitusjonen imploderer

En presisering av hva som står på spill i de to scenariene over kan uttrykkes slik: Den moderne kunstinstitusjonen er i ferd med å implodere, mens det estetiske feltet utenfor kunstinstitusjonen eksploderer.

Det fremste kjennetegnet ved den *moderne* kunstinstitusjonen er forestillingen om autonomi: forestillingen om at kunsten utgjør en selvstendig og selvlovgivende sfære eller en egen institusjon i samfunnet, en institusjon med sin egen rasjonalitetsform – dømmekraftens.

Kunstinstitusjonen kan ikke reduseres til de enkelte kunstinstitusjonene; kunsthusene eller kunstorganisasjonene. Med den autonome kunstinstitusjonen siktes det både til de konkrete kunstbygningene og til publikum, kritikere, kunstverk, kunstutdannelser o.l. Dessuten handler det om de regler, konvensjoner, normer og verdier som styrer selve snakket om kunsten – inklusive samtalen om hva som betraktes som kunst til enhver tid. Det er denne selvtilstrekkelige kunstinstitusjonen som imploderer, og med den forsvinner forestillingen om kunst som noe selvstendig og selvregulerende. Kunstneriske aktiviteter og estetiske uttrykk vil ikke bli borte, men de vil få nye roller som spilles på andre arenaer enn de kunstinstitusjonelle.

Implosjon er til en viss grad det motsatte av eksplosjon. I en eksplosjon er det indre trykket så sterkt at bevegelsen i gjenstanden eller tilstanden sprenge utover. En implosjon, derimot, innebærer at gjenstanden/tilstanden blir presset innover, eller så å si presset sammen, til den dør.

Begrepet er hentet fra fysikken, og det brukes blant annet om sorte hull i verdensrommet; døde stjerner. Selv avgir hullet ingen energi, det *utgår* ingenting fra implosjonen. Derimot blir alt som kommer tilstrekkelig nær det sorte hullet sugd opp i det. Nå sier det seg selv at kunstinstitusjonen ikke er et sort hull, men jeg er ganske sikker på at den er en fallende stjerne.

Autonomiens historie

Implosjonens begynnelse kan legges til modernismen i andre halvdel av 1800-tallet. Et annet ord for modernisme som er mer presist i denne sammenheng er estetisisme.

I sin avstandstagen til realismen og den figurative fremstillingsformen begynte kunstnerne å eksperimentere med formen i seg selv. Kunstverkene begynte å handle om sin egen form, derav begrepet estetisisme. Utenfor truet markedets krav og alle de forbud som moderniteten innførte om hva kunsten ikke kunne være – vitenskap, moral, livspraksis, vare, instrument o.l. Den eneste vei kunsten kunne bevege seg i denne perioden, var innover i seg selv – det vil si innover i utforskningen av formen, av de estetiske virkemidlene og av det spesifikke materialet som hver kunstgenre hadde til rådighet. I estetisismen presses kunsten innover i seg selv og sin egen selvtilstrekkelighet.

Det fullkomment autonome kunstverket hang sammen med fullbyrdelsen av kunstinstitusjonens måte å virke på. Kunstverkets innhold – altså formautonomien – og kunstinstitusjonens funksjon i samfunnet – som autonom – falt sammen. Kunstinstitusjonen ble nå fullbyrdet som autonom, hvilket

innebar at alt som skjedde inne i den uttrykte den samme autonomien.

Avantgardistiske rømningsforsøk

Den historiske avantgarden etter første verdenskrig hadde oppdaget at autonomien hadde sine ulemper: Kunstinstitusjonen marginaliserte kunsten og umuliggjorde kritisk kunst. For disse avantgardistene var det indre trykket – kravet til autonomi – blitt for sterkt, og de kastet seg ut i dadaistiske manifestasjoner, *ready mades* inspirert av primitive samfunn og surrealistisk automatisk skrift. Avantgardistene ville ut av kunstinstitusjonens autonomi for å skape en ny estetisk livspraksis. Kunstinstitusjonen sugde opp i seg disse rømningsforsøkene. Selv opprøret mot kunstinstitusjonen ble institusjonalisert som kunst.

En tilsvarende ekspansiv happening fant sted i USA på 1960-tallet. Også den amerikanske avantgarden hadde overskridende intensjoner. Happenings, performance og *environmental theatre* utfordret kunstinstitusjonens grenser, men implosjonens kraft kom til å suge også disse kunstoverskridende aktivitetene inn i den mørke salen.

Utover i 1970-årene trakk billedkunsten seg bokstavelig talt tilbake til *rammen* og teatret forsvant bak *prosceniumsbuen*. Dette kan betraktes som en kapitulasjon overfor de implosive kreftene: kunstinstitusjonens seier over rømningsforsøkene.

Selvreferensialitetens lukning

På 1980- og 1990-tallet synes implosjonen å få ny kraft, og det kommer til uttrykk i den selvreferensielle kunsten som har kjennetegnet deler av postmodernismen. Selvreferensialiteten kan betraktes som en ytterligere autonomisering av verket og institusjonen. Det er ikke lenger *formen* som sådan som er innholdet i verket, men *det å* kommentere den, peke på den, referere tilbake til den. Dette er en type metakommentar eller metatekst som er "mer meta" enn estetisismens forma autonomi. I denne kunsten har selve *selvreferensialiteten* blitt innholdet i verket.

De selvreferensielle kunstverkene er gjerne ironiske, ofte filosofiske, alltid ekstremt intellektuelle og tilsvarende interne. De er laget for et like selvreferensielt publikum, som selvsagt *liker* slik kunst. Implosjonen i kunstinstitusjons-systemet inkluderer til enhver tid både publikum, kritikere, kunstutdannelsen og akademia. Dekonstruksjonen som *metode* synes å være de estetiske fagenes siste bidrag til den implosive bevegelsen.

Samtidige eksplosjoner

Mange av samtidens kunstnere søker nye sammenhenger, andre brukssammenhenger og alternative kommunikasjonskanaler til kunstinstitusjonens, og selvfølgelig et nytt publikum. Ultimafestivalen på Blå og UKS-biennalen 2001 er begge eksempler på en slik re- eller ny-kontekstualisering av estetiske uttrykk. Den klassiske samtidsmusikken får en annen klang på utestedet Blå enn i den kontemplative konsertsalen. En rekke av UKS-biennalens verk befinner seg lang borte fra kunstinstitusjonens tradisjonelle arenaer; på vannet, i luften og i bygårder. Hvis man ikke visste om deres plass i biennalen, ville man ikke engang vite at de var skapt av kunstnere.

I scenekunstheltet handler dette blant annet om aktiviteter som ikke like lett lar seg klassifisere som kunstverk. Vi kan snakke om *kunsthandlinger* eller kunstige handlinger fremfor *kunstverk*. Performance-begrepet har dekket slike

handlinger hittil, men det virker i dag for forankret i 1960-tallets estetiske diskurs, samt i opprøret mot og tematiseringen av kunstinstitusjonen og dens grenser.

Noen av disse kunsthandlingene utfordrer også den tradisjonelle motsetningen mellom kunst og kapital. For noen år siden skapte Camilla Eeg, Karstein Solli og Panterbiffene en slik kunst(ig)handling i Glassmagasinets vindusutstilling med Glassmagasinets varer. Aktørene bokstavelig talt bodde i en vareutstilling. Rett utenfor er det trikkestop, så det ble aldri glissent med publikum. Høytalere på gaten formidlet hva de snakket om. Vindusutstillingen fungerte fremdeles som en *utstilling av varer*, samtidig som aktivitetene der inne forskjøv vår resepsjon i retning av *utstilling av handlingen*. Samtidig fremhevet handlingen det ekshibisjonistiske ved selve utstillingsformen – enten det er varer eller mennesker.

En annen arena for kunsten i dag er internett – et rom som muliggjør helt nye former for produksjon og formidling av kunst som ikke like lett lar seg suge opp av kunstinstitusjonen. Nettet er også et sted for kunsthandlinger av ulike typer. Den sveitsiske kunstnergruppen *etoys* nettaktiviteter er et eksempel på at også undergravende, kritiske strategier er mulig: Etoy "kidnapper" nettsurfere på vei mot kjente næringsaktører som kunstnergruppen misliker – mest kjent er kommersielle leketøysprodusenter. I en rettssak om domenenavnet *etoy.com* med en leketøysfabrikant med samme navn, vant kunstnergruppen. Leketøysfabrikanten forsøkte "å kjøpe ut" kunstnergruppen med 500 000 dollar og opsjoner i bedriften, noe etoy takket nei til. De ville heller vinne over leketøysfabrikanten i rettssalen.

Det er fristende å hente frem Bertolt Brechts begrep om *Verfremdung* for kunsthandlinger både på nettet og i virkeligheten. På norsk oversettes begrepet best med "underliggjøring". *Verfremdung* som underliggjøring betyr å gjøre det hjemlige fremmed, å gjøre det kjente ukjent slik at det kan erkjennes på nytt. Som underliggjørings-strategier setter kunsthandlingene vår virkelighetsoppfatning på prøve eller forskyver den i bestemte retninger. Slik er de også kunstige handlinger. Videre produserer disse handlingene effekter – varesalg og juridiske søksmål – som gjør det mulig for dem å unnsnippe implosjonens gravitasjonskraft. Konsekvensene av handlingene har alltid allerede involvert seg for dypt i andre praksiser enn den kunstinstitusjonelle.

Det er en avgjørende forskjell på den historiske avantgardens opprør og de aktivitetene vi ser utenfor kunsthusene i dag. Mens den historiske avantgarden var grunnleggende kritisk til og aggressiv overfor kunstinstitusjonen, forholder samtidens generasjon seg enten utforskende eller likegyldig til institusjonen og dens grenser. Avantgardens institusjonskritikk kom for nær den imploderende gravitasjonskraften. Kanskje er likegyldigheten den mest effektive måten å unngå implosjonen på: Når det ikke lenger spiller noen rolle om det som skapes er autonom kunst eller ei, mister kunstinstitusjonen sin kraft.

2. akt: Estetisk eksplosjon i næringslivet

De siste tiårene har det skjedd noen dyptgripende endringer i oppfatningen av forholdet kunst–næringsliv. Det henger blant annet sammen med "den nye økonomien". Med uttrykket siktes det til den nye informasjonsteknologien som har skapt en ny plattform for virtuell og global økonomi – med de følger det har for alle bedrifter og hele markedet. I denne økonomien dukker det opp en ny motsetning som bevarer grunnstrukturen fra kunst *versus* næringsliv. Motsetningen brukes nå om forholdet mellom den *gamle* industrielle økonomien og den *nye* økonomien. Den gamle blir stemplet som hierarkisk, spesialisert, stabil og styrt av analytisk tenkning. Den nye økonomien er

nettverksbasert, dynamisk, fleksibel, kreativ og styrt av emosjonell intelligens. Forestillingen om den nye økonomien var fra begynnelsen av estetisert.

Estetiseringen skjer også på andre måter, og noe av det mest iøynefallende og hyppigst omtalte, er den økende betydningen av design. Design gir produktet merverdi, skaper merkevarer og holder produktene fra hverandre. Dette er et poeng som konsulentguruen Kjell Nordström – han med boken *Funky Business* – har gjort mye ut av. Han argumenterer med at kreativitet, image, attraksjon og design er de siste konkurransefortrinnene etter at de klassiske, som teknologi og effektiv organiseringsform, har utspilt sin rolle – det vil si at de har blitt like tilgjengelige for alle aktørene i markedet. Den økte betydningen av merkevarebygging kan også betraktes som et uttrykk for den nye konkurransesituasjonen. Nye metoder for å beregne verdien av merkevarer i forhold til børsnoteringer er et bevis på at næringslivet selv har begynt å ta slike symbolverdier på alvor.

I organisasjonsteorien har man lenge brukt modeller og metaforer fra kunsten, ikke minst teatret, for å forstå bedriften. I nyere ledelseslitteratur fremstilles lederen i termer som får ham til å ligne mest på den romantiske kunstneren – direktør Dionysos. Man har også begynt å betrakte organisasjonen som *form*. En organisasjon kan ikke tenkes uten sin form, for eksempel hierarkisk eller flat struktur, og derfor blir estetiske teorier relevante i organisasjonsteorien.

Bedriftens organisasjonskultur forstås i stadig mer symbolske termer. For å kunne forstå denne symbolske kulturen blir det derfor nødvendig for organisasjonsteorien å vende seg mot fagdisipliner som arbeider med fortolkning, som litteratur- og teatervitenskap. Organisasjonsteoretikere i dag benytter seg av både tekstanalyse og dramaturgisk analyse for å forstå bedriftens kultur bedre.

Fra kultursponsing til kultursamarbeid

Et annet eksempel på den estetiske eksplosjonen i næringslivet er de nye formene for kultursamarbeid. Sponsorbegrepet er på hell i norsk sammenheng, og mer "gjensidige" begreper som samarbeid og byttehandel overtar. Det private næringslivet blir mer og mer kresent og krevende i forhold til hva det har å hente på å sponse eller samarbeide med kulturlivet. Bevegelsen går fra tradisjonell sponsing – ren veldedighet og beskjeden logoeksponering – til mer og mer integrert sponsing der kulturproduktene/aktivitetene integreres i bedriftens profil, i organisasjonskulturen, i markedsføringen og i den øvrige virksomheten.

I England var sponsorene til Royal Shakespeare Company misfornøyde med hva de fikk igjen. Teatrets regissør Piers Ibbotson kontaktet de aktuelle sponsorbedriftene og tilbød dem problemløsningskurs der de ansatte måtte på gulvet og jobbe på en teaterteknisk måte. Målet var å utvikle kreativitet.

Et annet eksempel på slike integrerte samarbeidsprosjekter er Mozell-Nerdrum-Stenersen-museet, der Nerdrum maler et eple til Mozell-etiketten, og det originale maleriet stilles ut i Stenersen-museet. Kitsjmaleren Nerdrum fikk leke ekte håndverker – en oppdragsmaler som maler brusetiketter. Mozell fikk koblet sitt produkt til kultureliten, noe som var Ringnes' intensjon med prosjektet. Stenersen-museet fikk et utstillings-trekkplaster, og alle tre parter var fornøyd med resultatet.

Næringslivet er videre i ferd med å bli en ny og stor arena for musikere, skuespillere, dansere og alle former for entertainere. Jeg sikter til eksplosjonen av *events* og eventbyråer. Event-begrepet oppstod i Los Angeles i 1984, da

eksterne byråer begynte å lage sponsor- og underholdningsarrangementer på vegne av næringslivet. En event har alltid en bestemt hensikt og er alltid tilpasset en bestemt målgruppe, og konseptet brukes først og fremst i bedriftens internmarked (for egne ansatte) og i bedriftsmarkedet (business-to-business).

I 1987 kom fenomenet til Norge, og Jo Vestly Produksjon og Stagemway Event var de første som etablerte seg. Det finnes i dag nærmere 100 event-operatører bare i Oslo. De fire største byråene avvikler samlet ca. 300 events i året. En ny profesjon er skapt: event-makeren.

For at denne event-bølgen skulle muliggjøres i Norge var bransjen helt avhengig av at det hadde skjedd en holdningsendring blant såkalt finkulturelle musikere, dansere og skuespillere. 1970-tallets skepsis mot det private næringslivet var ikke forenlig med slike aktiviteter. Tidlig på 1980-tallet var også privat sponning av offentlige kulturinstitusjoner nærmest for tabu å regne blant kunstnere og intellektuelle. Det skyldes både at Norge mangler en tradisjon for store mesener, og at velferdsstats-tenkningen fullstendig har dominert også kulturfeltet.

Skepsisen mot det private næringlivet begynte å avta på slutten av 1980-tallet for nærmest å gå i glemmeboken på 1990-tallet. En undersøkelse fra Norsk Skuespillerforbund i år viser at 40 prosent av norske skuespillere kan tenke seg å ta oppdrag for næringslivet. De offentlige kulturinstitusjonene står i dag i kø for å skaffe seg sponsorer.

Mange av event'ene er spektakulære show med kjendiser fra både kunstverden og foredragsverden – ofte ledet av TV-kjendiser. Bedriftene konkurrerer om å få de største kjendisene og de mest spektakulære innpakningene – bruk av scener som Oslo Spektrum tillater for eksempel at biler heises ned fra taket og denslags. Events er alltid unndratt offentligheten: Eventbyråene gir full diskresjon og det eneste som slipper ut, er deltagerens begeistring (eventuelt skuffelse) over arrangementet. Mer interessant sett fra et kunstteoretisk ståsted er de mer subtile formene for events som finner sted i næringslivets innerste og mest eksklusive sirkler. Her kommer et eksempel.

Kunsthandlinger i næringslivet

Tidligere introduserte jeg begrepet "kunsthandlinger" for å fange opp noen av de nye tendensene blant kunstnere når de opptrådte utenfor tradisjonelle kunstarenaer. Det er handlinger som finner sted i det offentlige rom, men ikke i rom som gallerier og teatre. Kunsthhandlingene fungerer underliggende i den forstand at de forrykker eller forskyver deltagerens virkelighetsoppfatning. I praksis ligner enkelte events i næringslivet til forveksling på slike kunsthandlinger.

Det skal handle om konseptet "skjult teater" som er et slags rollespill der bare noen deltagere er informert om at det foregår et spill. Resten av selskapet tror at det de opplever er virkelig.

Våren 1996 inviterer Den Norske Bank en rekke økonomidirektører fra næringslivet til et luksuriøst konferansesenter i Sverige. Blant de inviterte var Norsk Hydro, Statoil og Dyno Industrier. Blant deltagerne fra Dyno Industrier var det to skuespillere som opptrådte under falske navn – la meg kalle dem Maja og Jonny. DnB har gått god for at denne eventen skulle bestå av skjult teater, deretter fikk Maja og Jonny frie tøyler til å utvikle ideen.

I spillet representerer Jonny Dyno Industrier i Malaysia, og Maja er med som hans ledsager. De fleste kvinnene i selskapet er med som ledsagere. Maja er

kledd noe mer fargerikt enn de andre medbrakte fruene, blant annet har hun på seg en stråhatt. Av utdannelse er hun litteraturviter, altså litt kunstinteressert, og av gemytt er hun veldig blid og en smule naiv. Dessuten er hun svært glad i naturen. Rundt halsen har hun et polaroidkamera som hun umiddelbart tar i bruk fordi hun er så interessert i mennesker. Hun har like godt med seg et album også, og før hun setter fotografiene inn ber hun de andre deltagerne skrive en hilsen til henne på bildene. Dette er mildt sagt noe i overkant for noen av hennes medpassasjerer, men de har ingen sanksjonsmuligheter.

Privat er Jonny veldig glad i barn, og han prioriterer alltid å være sammen med barna på søndagene, forteller paret. Han kommer også alltid hjem fra jobben klokken 17, hvorpå han umiddelbart skrur av mobiltelefonen for ikke å forstyrre hjemmets fred. Dette vekker allmenn begeistring hos damene, som umiddelbart sender sine menn megetsigende blikk. Så lanserer Jonny at Maja har bursdag og at de må synge bursdagssangen for henne. Deretter deler han ut rytmeinstrumenter til de ti nærmeste i bussen slik at de kan spille mens han synger *Dyrene i Afrika* for sin kone. Det blir servert champagne under hele bussturen.

For at seansen skal være troverdig må skuespillerne ikke overdrive, og dramaturgien i hele opplegget er nøye planlagt. Innimellom deres forskjellige innfall må de andre deltagerne få være i fred, og Maja og Jonny må mingle mer diskret på hvert sitt hold.

Noen kilometer før konferansesenteret reiser plutselig Maja seg og roper: "Stopp bussen! Her vil jeg av!" Bussen stopper, og den naturglade Maja løper inn i skogen. Hun kommer ikke tilbake, og Jonny blir bekymret. Det ender med at Jonny går for å lete etter henne. Med seg får han en flaske champis og to glass. Bussen kjører til konferansesenteret, mens selskapet er fryktelig opphisset over det som skjer.

Maja og Jonny venter på bestilt taxi, og når de kommer frem til konferansestedet holder de seg på rommet til kvelden. Etter et vinkurs er det syv retters middag i spisesalen der Jonny holder damenes tale. I begynnelsen av talen utleverer han sin kone Maja, om enn med kjærlighet, og han rakker ned på kunstverkene på veggen i spisesalen. Formen er et totalt brudd med enhver konvensjon i disse kretser. Talen går deretter mer og mer over i stand-up-genren og humoren blir stadig mer absurd.

Umiddelbart etter talen avslører oppdragsgiver i DnB spillet: "La meg få presentere skuespillerne ..." Da inntreffer kaos. Spørsmålene hagler, alle situasjoner må analyseres – hvem, hva, hvor, hvorfor? Hele resten av oppholdet går med til å diskutere det skjulte teatret og deres egne reaksjoner på det som hadde skjedd. Mange av deltagerne hadde blitt konfrontert med sine fordommer mot "annerledes-folk". Andre ble oppriktig skuffet over at Maja og Jonny ikke var slik i virkeligheten. Alle ble overrasket over at de hadde deltatt i et spill uten å oppdage det.

I denne formen for kunsthandlinger inntreffer underliggjøringen først når spillet avsløres. Da synes hele hendelsen å bli stilt i nytt lys, og alle reaksjoner og relasjoner må revurderes. Skjult teater egner seg spesielt til å avsløre fordommer og påpeke maktstrukturer. Så er da også teatermetoden utviklet som en politisk strategi av brasilianeren Augusto Boal på 1960-tallet, da under navnet "Det usynlige teater". Nå brukes formen også i næringslivet – betalt av det samme næringslivet.

Det private næringslivet kan betraktes som en ny arena for kunstneriske aktiviteter. Kvaliteten på aktivitetene vil selvsagt variere like mye her som den

gjør i mer tradisjonelle kunstsammenhenger.

Sortie

Autonomien som den moderne kunstinstitusjonen hviler på, synes truet både innenfra og utenfra, men det betyr ikke at de konkrete kunsthusene – teater, opera, gallerier og museer – blir overflødige. De vil få nye roller, langt mer instrumentelle roller. Den autonome kunstinstitusjonen forgår, men husene består. Både husene og det som skjer inne i dem vil bli trukket inn i næringslivets og nasjonalstatens merkevarebygging, kundepleie og business-to-business-relasjoner – samt i næringslivets behov for design, image og kreativitet. Det nyopprettede samarbeidet mellom Kultur- og Nærings- og handelsdepartementet er et eksempel på at denne tendensen allerede har fått et politisk nedslagsfelt.

For den troende modernist og elever av Frankfurterskolen vil denne eksplosive estetiseringen av økonomien, samt kunstinstitusjonens bevegelse mot sin egen død, fortone seg som et mareritt. Sett fra dét holdet er dette instrumentalismens seier i kapitalismens ånd. Kunstens privilegerte frihetsposisjon kan ikke lenger opprettholdes. Dermed glapp det ikke-identiske, det sublime, det ikke-representerbare og lignende kunsttassosierte størrelser. Den kunstkannibalistiske kapitalismen likviderte det siste forsoningshåpet.

Dette perspektivet fører til endeløse bekymringer og dyp pessimisme. Det sier seg selv at næringslivets bruk av design og andre estetiske virkemidler er ekstremt instrumentell – det er markedsandeler, et riktig image og pengene som rår. Det er åpenbart hovedgrunnen til at humanistene generelt og kunsthøgskolefagene spesielt holder seg borte fra denne arenaen. Men er det hensiktsmessig? Etter min mening nei. Hvis det er slik at en stadig større del av den estetiske produksjonen skjer i det private næringslivets regi, og den tradisjonelle autonome kunsten forvitrer i mørket, bør både humanister og esteter begynne å forfølge den estetiske eksplosjonen der den finner sted. Akademisk sutring over instrumentalismens seier over kunstens frihet forandrer verken næringslivets strategier eller kunstinstitusjonens marginale posisjon i samfunnet.

Personlig vil jeg heller undersøke om den nye estetiske praksisen *også* kan romme det skjønne, det sanselige og det sublime til tross for sin gjennom-instrumentaliserte rolle i økonomien. Jeg er ikke engang pessimistisk: For muligens kan det til og med spores et nytt subversivt potensial i denne privatsponsede oppdragskunsten – så nær den nå har kommet makten? Kanskje er det først når en forfatter greier å bruke sponsorens produkt plassering på en sublim og ambivalent måte at kunstneriske aktiviteter kommer i begivenhetenes sentrum?

Kunsthendelser av forskjellige typer kan demonstrere at *handlingens estetiske effekter* ikke nødvendigvis går opp i *handlingens nytte* for næringslivet. Allerede nå kan man ane konturene av en ny form for kapital – den estetiske. Estetisk kapital innebærer at estetikken selv blir overhode og kaptein i utviklingen, og det på en måte som ikke engang instrumentalismen har kontroll over.

Tiden er inne for å gå løs på den nye store utfordringen: kunsten å hellige middelet.

Artikkelen er en forkortet utgave av en forskningsartikkel som kommer våren 2002 i forbindelse med publiseringen av forprosjektet "Kunsten å hellige middelet – nye forbindelser mellom kunst og næringsliv".

Innhold 4 2001

- [Hvorfor hater de oss?](#) leder av Knut Olav Åmås
- [Verdikommisjonen får en leser](#) Nina Dessau
- [En forestilling om implosjon og eksplosjon i kunsten](#) Anne-Britt Gran
- [Kunsten å kunne for lite](#) debattartikkel av Per Thomas Andersen
- [Kva er eit norskfag?](#) debattartikkel av Jan Terje Faarlund
- [Norskfaget som stengsel – og opning.](#) debattartikkel av Jon Erik Hagen
- [Svar til Dag Østerberg](#) Jon Langdal **bare på nett**
- [Kunst og kultur som politisk våpen](#) André Brink i samtale med Teresa Grøtan **bare på nett**
- [En vriompeis leser Maktutredningen](#) debattartikkel av Bent Sofus Tranøy
- [Makt- og demokratiutredningen – sett fra Statistisk Sentralbyrå](#) debattartikkel av Siri Meyer



SAMTIDEN: TIDSSKRIFT FOR POLITIKK, LITTERATUR OG SAMFUNNSSPØRSMÅL