



**BILLEDKUNST-
KULTURJOURNALISTIKKENS
BLINDSONE?**

MEVI350- Masteroppgave i Medievitenskap

UiB 2013/2014

En innholdsanalyse av den redigerte medieoffentligheten: et nærmere innblikk på billedkunstens plass i norske medier

Av Linn Hellebust Kristiansen

Institutt for informasjons- og medievitenskap

Universitetet i Bergen

Forord

Proessen med å utforme og skrive en masteroppgave kan minne om å ta vare på et spedbarn (vil jeg tro). Det kreves til daglig mye av din oppmerksomhet, du frarøves til dels nattesøvn og personlig fritid. Samtidig trykker du den til ditt bryst, i håp om at all oppmerksomhet og alt arbeid du har lagd ned i den lærerike tiden har ført til positiv utvikling.

En stor takk til veileder Jostein Gripsrud. Dine gode råd har vært essensielle og inspirerende, og jeg setter utrolig pris på din interesse for oppgaven- en bedre veileder kunne jeg nok ikke fått. Du kan nå gå tilbake til hverdagen uten å rette mine kommafeil.

Takk til kjæresten min Anders, som har holdt ut med det såkalte "mastermonsteret", og som alltid hadde en termos med kvalitetskaffe klar til lange dager på lesesalen. Jeg vil også takke mamma og pappa, som har minnet meg på å "ikke gjøre det så vanskelig" når pessimisten overtok. Takk til min bror og kunstnerspire Eirik, som har laget maleriet på forsiden til denne «blekka». Takk til venner for oppmuntring og avbrekk. Takk til informantene som stilte opp med opplysninger og spennende synspunkter. Sist men ikke minst, takk til alle medstudentene på "Annekset" for faglig og ikke-så-faglig input- dere har garantert gjort masterhverdagen langt triveligere!

Linn

Bergen, mai 2014

Innholdsfortegnelse

Forord.....	2
KAPITTEL 1: Innledning	7
1.1 Problemstilling	10
1.2 Billedkunst- definisjon	11
1.3 Oppgavens struktur.....	11
KAPITTEL 2: Kulturjournalistikk og kulturdebatt	12
2.1. Kultur i mediene.....	12
2.2 Samfunnsoppdraget og Jürgen Habermas’ offentlighetsteori	13
2.2 Kritikken mot kulturjournalistikken	14
2.3 Gammel klagesang, ny kulturjournalistikk?.....	15
2.4 Forskyvninger. Kulturdekningen i norske dagsaviser 1964-2005	16
KAPITTEL 3: Billedkunstens betydning.....	18
3.1 Kunsten som institusjon	18
3.2 Historie, estetikk og filosofi	19
3.3 Billedkunst- kulturens elitesport?.....	22
3.4 Pierre Bourdieu.....	23
3.5 Kunst, kapital og brukere	25
KAPITTEL 4: Metode	27
4.1 Kvantitativ kartlegging- presse.....	28
4.1.1 Utvalg	29
4.1.2 Hjelpemidler.....	29
4.1.3 Tidsperiode.....	30
4.2 Kvalitativ tekstanalyse	30
4.2.1 En metodisk avklaring.....	31
4.2.2 Et retorisk blikk på analyse materialet	32
4.3 Intervju	32
KAPITTEL 5: Kringkastingsmediene og Internett	34
5.1 Fjernsyn- Nasjonalgalleriet	34
5.2 Radio: Kunstreisen	36
5.3 Mediene sammenlignet med hverandre.....	37
5.3 Billedkunst på nett.....	38
5.3.1 Billedkunst i nettavisene.....	38
KAPITTEL 6: Kvantitative og kvalitative resultater	41
Overblikk.....	41

Billedkunstdekningen i norske medier

6.1 Kvantitativ kartlegging- resultater.....	41
6.1.1 Analysematerialet.....	41
6.1.2 Omfang totalt.....	41
Tabell 1 – omfang, billedkunstdekning i pressen.....	42
6.2 Dagspressen.....	42
6.2.1 Omfang og billedkunst versus annen kulturdekning.....	42
6.2.2 Innhold og sjanger- kategorisering.....	44
6.2.3 Tendenser.....	46
6.2.4 Oppsummering.....	49
6.3 Ukeavisene.....	50
6.3.1 Oppsummering.....	51
6.4 Kvalitativ analyse.....	52
6.4.1 Metodisk fremgangsmåte.....	52
6.5 Kunstdebatt: Munch-mas og politikerskrik.....	53
6.5.1 Bakgrunn og kontekst.....	53
6.5.2 Norges kunstsatt og politisk tautrekking.....	54
6.5.3 Språk og formuleringer.....	58
6.6 Kunstkritikk.....	59
6.6.1 Kunstkritikk- kriterier.....	60
6.6.2 Dagspressens anmeldelser - konservative og beskrivende.....	60
6.6.3 Tommy Olsson- kunstkritikkens subjektive rockestjerne.....	62
6.7 Retoriske grep.....	64
6.7.1 Metaforer og språk.....	64
6.7.2 Etos og henvendelse.....	66
6.7.3 Insidere og outsiders.....	66
6.8 Status- hva kan analysen si om kunstkritikk og billedkunst i dag?.....	69
KAPITTEL 7: Intervju. Mediene og billedkunstens aktører.....	71
7.1 Forberedelser og fremgangsmåte.....	71
7.1.1 Informanter.....	71
7.2 Intervjuenes bidrag til analysen.....	72
7.3 Forholdet til mediene og fokus på konflikt.....	72
7.4 Kunstkritikk- å finne en sammenheng.....	74
7.5 En sammensatt årsaksforklaring bak billedkunstdekningen.....	76
7.6 Kunstkritikeren Kjetil Røed.....	79
7.7 «Mediedekning for kunstnere er alfa omega».....	82

7.7.1 Offentlig utsmykning får oppmerksomhet	83
KAPITTEL 8- AVSLUTNING	86
Analysefunn- oppsummering	87
En utfordrende balansegang	90
APPENDIKS I	92
Kvantitativ kartlegging- materiale.....	92
TABELL: DEKNING BILLEDKUNST-DAGSAVISER	92
TABELL: DEKNING BILLEDKUNST, UKEAVISER (fredag)	94
APPENDIKS II.....	95
Innhold: Nasjonalgalleriets sendinger, NRK.....	95
APPENDIKS III	96
Intervjuguide	96
Hjelpemidler	96
Spørsmål og tema under intervjuet.....	96
Kildeliste.....	98
Litteratur, tidsskrift, artikler og andre ikke-elektroniske kilder	98
Elektroniske kilder i fotnoter (nummerert).....	101
Andre elektroniske kilder	104
Audiovisuelle kilder- fjernsyn.....	107
Auditve kilder- radio	107

KAPITTEL 1: Innledning

I 2002 trakk den anerkjente norske billedkunstneren Odd Nerdrum seg fra offentligheten. Da Nerdrum samme år skulle presentere en utstilling på Haugar Vestfold Kunstmuseum, kom han med følgende melding til norsk presse gjennom museumsdirektør Jan Åke Pettersson: "Gjennom Jan Åke Pettersson gir jeg følgende beskjed: Jeg, Odd Nerdrum, vil aldri la meg intervjuer mer av norsk presse. Verken i TV, radio eller i aviser, ukeblader og liknende" (Nerdrum, 2002)¹.

Dette er mannen som har høstet stor kommersiell suksess, og vært en kjent figur helt siden 70-tallet. Han var en yndet gjest hos fredagsunderholdere på TV, i radio og aviser, og ble betraktet som uredd, annerledes og kontroversiell på -sytti, -åtti og nittitallet.² Han har gjennom sin malerstil og sitt kunstsyn skapt offentlig debatt om kunst i Norge, og er en figur nordmenn flest kjenner til. I 1998 fraskrev Nerdrum seg tittelen som kunstner. Etter å ha oppdaget at begrepet kitsch refererer til kunst som bygger på klisjeer og overfladiske verdier, grep han sjansen til å kategorisere sine egne verk innenfor kitschen (*Dagbladet* 04.10.12):

Jeg har kalt meg kunstner med bismak i munnen. Jeg har seilt under falskt flagg, og misbrukt pressens interesse. Alt i mitt arbeide kan sees på overflaten, og noe mer kan jeg ikke gi. Verken til kunstneren eller den intellektuelle (Nerdrum, 1998).

Hvorfor valgte Nerdrum å boikotte norske medier i 2002? En klar begrunnelse kom aldri, men den eksentriske kunstneren skal visstnok ha følt seg dårlig behandlet av journalister, blant annet ved å ha blitt grovt feilsitert, misbrukt og misforstått (*Dagbladet* 21.06.02). Nerdrum har også blitt møtt med en god porsjon negativ kritikk fra norske kunstanmeldere, helt siden hans debututstilling i 1967. Kritikken har blant annet dreid seg om at Nerdrum var en «antimodernist» i en tid da modernismen var gryende, at kunsten er individorientert, banal og preget av lettfattelige illustrasjoner (Bugge, 2011). Dråpen som muligens fikk begeret til å renne over for Nerdrum var da *Dagens Næringsliv* i 2002 summerte Nerdrums salg av bilder til å dreie seg om drøye 100 millioner kroner (til skattemyndighetenes store overraskelse). Den selvproklamerte kitsch-maleren ble dermed rasende, og emigrerte til Island og Frankrike før han returnerte til moderlandet (NRK, 17.08.11). I 2011 brøt han offisielt med løftet sitt om boikott av norsk presse, og stilte opp som gjest på talkshowet *Skavlan*, hovedsakelig i

¹ Kilde tilgjengelig fra: http://www.fineart.no/doc/nerdrum_bok

² NRKs nettsider, (17.08.11): <http://www.nrk.no/kultur/nerdrum-og-kunstnermyten-1.7753772>

forbindelse med skattesaken.³ I ettertid uttalte Nerdrum og familien at de følte kunstneren ble misforstått og «demonisert» under sendingen- som også ble sensurert av NRK, og at fokuset utelukkende lå på «bankboksen i Østerrike». Familien hadde håpet på at saken ville bli satt i et nytt lys ved å bryte med stillheten, men de ble i stedet dypt skuffet.⁴

Odd Nerdrums forhold til norske medier er utvilsomt et spesielt tilfelle. Allikevel, er det interessant å se hvordan en norsk billedkunstner oppfatter mediernes fremstilling av kunsten og kunstnerindividet i offentligheten, og hvordan mediene på sin side har valgt å portrettere Nerdrum. Med overskrifter som eksempelvis «Kranglet med naboen, flyktet landet og slo opp med pressen- dette er Nerdrum skandalene» (*Dagbladet* 04.10.12), eller «Her er Nerdrums eksklusive slottsidyll» (VG 07.07.11), har mediernes hovedfokus på økonomi, konflikt og person gått fremfor kvalifisert omtale av hans kunst. Personifisering og sensasjon har med andre ord stått sentralt i Nerdrums dekning.

Denne masteroppgaven vil undersøke mediernes aktuelle representasjon og dekning av billedkunstfeltet og kunst som institusjon i ulike norske medier. Mediene er kjent som «den fjerde statsmakt». De sitter på mye makt på bakgrunn av hva de velger dekke, og hva de dermed *velger bort*. Det kan se ut til at billedkunst ofte er et kunstfelt som blir valgt bort, sammenlignet med andre kultursjangre som for eksempel film, musikk og litteratur. Hvorfor er det slik, at når eksempelvis *Verdens Gang* (VG) «graver frem de norske kulturskattene etter krigen» (VG 15.09.12), hvor både film, radio, tv, musikk og litteratur er representert, så uteblir billedkunst fullstendig? Inntrykket er at når billedkunst dukker opp i media, dreier det seg i mange tilfeller mer om kunstnerens privatliv, økonomi og andre private anliggender – eller om bygging av museer eller lignende. Det kan se ut til at kunsten ikke blir interessant før det oppstår en konflikt eller noe sensasjonelt som ofte har lite med formidling av kunsten i seg selv å gjøre. Verket blir satt i skyggen av konfliktene. Billedkunstner Terje Risberg skrev for noen år siden en kronikk i *Aftenposten*⁵, hvor han tar opp pressens (mangelfulle) dekning av

³ Odd Nerdrum ble dømt til to år og ti måneder i fengsel for grovt skattesvik i 2012. Høyesterett opphevet dommen, og saken behandles på nytt i mai. Parallelt stevnet Nerdrum staten ved Skatt øst, fordi han mener han er urettmessig etterlignet. Dokumenter *Dagbladet* sporet opp i 2012 sannsynliggjorde at Nerdrum har skattet av alle sine inntekter, men kanskje til feil tid og feil land. I april 2014 tapte han skattesaken. Kilde: [http://www.dagbladet.no/2014/04/01/kultur/nerdrum-saken/odd_nerdrum/skatt/rettssak/32592787/\(01.04.14\)](http://www.dagbladet.no/2014/04/01/kultur/nerdrum-saken/odd_nerdrum/skatt/rettssak/32592787/(01.04.14))

⁴ Om Nerdrum-familiens reaksjoner på Skavlans-besøket, publisert på VG Nett. Tilgjengelig fra: <http://www.vg.no/rampelys/artikkel.php?artid=10032958> (30.12.11).

⁵ Terje Risbergs kronikk, publisert på *aftenposten.no* (20.10.11): <http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/Billedkunsten-bli-borte-6456623.html>

Billedkunstdekningen i norske medier

billedkunst. Jeg mener han gjør seg noen interessante refleksjoner det er verdt å trekke frem. I første avsnitt av kommentaren skriver Risberg følgende:

Medienes interesse for deres profesjon [billedkunstnere] begrenser seg ofte til omtale av deres drikkevaner og livsførsel, ispedd kledelige hentydninger til Inspirasjonen og Det Frie Kunstnerlivet. Billedkunstnere blir gjenstand for medienes oppriktige interesse bare når de er deltagere i konflikter eller tjener uvanlig mye penger. Viljen til å gå inn i hva den skapende prosessen egentlig inneholder, er nærmest fraværende. Seriøse anmeldelser av samtidskunst er sjeldne i dagspressen, nærmest fraværende i etermediene. Dermed blir spørsmål rundt innholdet i kunsten ikke formidlet til publikum (Risberg, 20.11. 07)

Videre i sin mediekritikk spør Risberg hvem som har skylden for pressens neglisjering av dette feltet. Er det mediene som er de store syndebukkene, eller hviler en del av ansvaret på kunstneren selv? Og hva med publikums engasjement for billedkunsten?

Er det tids-, prestasjons- og pengepresset i mediebransjen? Er det publikum som ikke gidder å sette seg inn i et innhold? Eller er det kunstnerne selv, som i stedet for å bringe ut informasjon om hva de holder på med, velger å tekkes banale stereotypier av kunstnerskapet? (ibid.).

Det er ikke utelukkende kunstnere som er oppmerksomme på billedkunstdekningen i mediene. I en stortingsmelding vedrørende visuell kunst og kritikk (Meld. St. 23 [2011–2012]) er det etterlyst mer fokus på visuell kunst, og det hevdes at aktivitetsnivået i landet ikke er gjenspeilet i media:

Tradisjonelt har det visuelle kunstfeltet på linje med bl.a. dansefeltet stått i skyggen av andre kunstområder når det gjelder dekning i media. Med økende aktivitet på kunstfeltet, flere kunstnere og visningssteder og en stadig større og mer velutdannet publikumsgruppe, har det forplantet seg et voksende misforhold mellom aktiviteten på kunstscenen og kunstkritikkens omfang og kunstomtaler i media (Kulturdepartementet, 2012)

Videre i stortingsmeldingen refereres det til Cecilie W. Lunds gjennomgang av kulturstoffet i dagspressen fra 2000, hvor det kommer fram at billedkunst utgjør 8 % artiklene. Til sammenligning har f.eks. musikk 34 % og film 18 %. Rapporten betegner det som symptomatisk at pressen gir mer spalteplass til «sensasjonelle» oppslag vedrørende enkeltpersoner enn det kunstneriske uttrykket. Pressens utfordring blir dermed å finne vinklinger som går inn i tematiske problemstillinger eller kunstneriske prosesser innenfor kunstfeltet (Lund, 2000). Det norske kunstfeltet og den offentlige kunstforvaltningen er i vekst, og har utviklet seg vesentlig de siste tiårene. Kunstfaglig utdanning, omsetning og virksomhet er i frammarsj. Billedkunsten har sin plass i kunstsoler og i kulturelle skolesekker og spaserstokker (Solhjell 2012:9). Men tilsynelatende ikke i media.

Samfunnet vi lever i er altså sterkt preget av en billedkultur, hvor nye generasjoner vokser opp med omgivelser og kommunikasjonsformer som i stigende grad baserer seg på det visuelle. I følge regjeringens stortingsmelding, skaper denne visuelle kulturen et behov for styrking av hele den visuelle kompetansen. Samtidig vil en omfattende kulturforståelse gjøre barn og unge bedre rustet til å møte utfordringene i den nye billedkulturen og i det nye kunnskapssamfunnet (Meld. St. 23 [2011–2012]). I hvilken grad reflekterer mediene dette samfunnsmessige formålet?

Denne masteroppgaven handler om dekningen av billedkunst i norske medier, altså hvordan mediene presenterer dette feltets omfang og innhold i offentligheten. Jeg har undersøkt kulturjournalistiske tekster fortrinnsvis i aviser, men og noe på nett, i TV og radio ved hjelp av ulike forskningsmetoder og teoretiske perspektiver. Kunstsosiolog Dag Solhjells forskning på det norske kunstfeltet er tatt i bruk, sammen med Pierre Bourdieus teorier om sosiale felt, kapital og smak, samt noe offentlighetsteori basert på Jürgen Habermas. Tidligere forskning om norsk kulturjournalistikk og kunstkritikk vil også danne noe av teoriens grunnlag. Metodens hovedvekt vil ligge på kvalitativ tekstanalyse av avistekster. En kvantitativ kartlegging innledningsvis og intervjuer med aktører på feltet er også gjennomført, og utgjør deler av grunnlaget for oppgavens konklusjoner.

1.1 Problemstilling

Hovedproblemstillingen er som følger:

Hvordan representeres det norske billedkunstfeltet i ulike medier?

Med representasjon menes det her omfanget av dekningen, altså volum og hvor hyppig den forekommer, samt hvordan billedkunstfeltet blir dekket, altså form og innhold. Jeg har undersøkt hva slags stoff som blir prioritert, hvilke sjangre som gjentar seg samt nyanser i dekningen og vinkling, der sistnevnte blir forstått som en indikator for hva som vektlegges i mediene framstilling av en sak (Hillesund 1994:14). Et sentralt forskningsspørsmål er hvilke faktorer som danner grunnlag for den aktuelle billedkunstdekningen. Fokuseres det på kunstneren som person, fremfor hans/hennes verk og kunstnerskap? Er det slik at den estetiske dimensjonen ved kunsten svekkes i mediene? Jeg har også stilt spørsmålet til om medieomtalen oppmuntrer til diskusjon, debatt og refleksjon rundt visuell kultur. I lys av dette ser jeg på pressens demokratiske funksjon, og hvilken innvirkning de har for kunstneren. Jeg

har i min oppgave forsøkt å besvare disse spørsmålene. Forholdet mellom billedkunstfeltet og dens aktører på den ene siden og mediene på den andre er også belyst, ved å intervju informanter som har tilknytning til dette. Pressen står mest sentralt i analysen.

Min oppgave tar altså sikte på å gå nærmere inn på en generell og aktuell dekning av et tema fremfor en spesifikk situasjon, utvalgt(e) person(er) eller et bestemt fenomen. Ved å ha et «åpent» utgangspunkt var meningen å finne disse spesifikke tendensene underveis i prosessen.

1.2 Billedkunst- definisjon

Hva omfatter billedkunst? Det er lett å tenke at billedkunst kun er flate bilder, enten et maleri, en illustrasjon, eller et fotografi. Men *billedkunst* brukes her – i tråd med etablert språkbruk - som samlebetegnelse for de billedskapende, visuelle kunststartene. Billedkunst omfatter altså malerkunst, tegnekunst, grafikk, skulptur og billedvev, men også nyere uttrykk som fotografi, visse typer film, video- og datakunst, installasjon, performance og graffiti - i motsetning til kunstformene arkitektur, litteratur, musikk, dans og dramatik. Det forekommer vel å merke kryssninger og/eller samarbeid mellom de ulike kunstfeltene.

Mediene jeg tar for meg omfatter ulike typer aviser, noen nettmedier, samt utvalgte radio- og TV-sendinger.

1.3 Oppgavens struktur

Kapittel 2 og 3 tar for seg ulike teoretiske perspektiver relevante for oppgaven. Kapittel 2 omhandler kulturjournalistikken og kritikken den har blitt utsatt for. Deretter kommer en presentasjon av billedkunstfeltet som institusjon i en historisk og estetisk kontekst i kapittel 3. Metodedelen utgjør **kapittel 4**, der fremgangsmåte, utvalg, hjelpemidler, og begrunnelse for de valgene jeg har tatt blir gjort rede for. Kringkastingsmediene radio og fjernsyn beskrives og drøftes i **kapittel 5**, samt nettmedier; deres innhold og rolle i forhold til tradisjonelle medier. Resultater av den kvantitative og kvalitative undersøkelsen legges frem i **kapittel 6**. Den kvalitative tilnærmingen til materialet bygger på tekstene og funn fra den kvantitative kartleggingen, der tendensene utforskes og analyseres i sammenheng med teori, kontekst og problemstillingen i oppgaven. **Kapittel 7** tar for seg intervjuene med aktuelle informanter på billedkunst- og/eller det kulturjournalistiske feltet. Avslutningsvis, i **kapittel 8**, presenteres en oppsummerende konklusjon.

KAPITTEL 2: Kulturjournalistikk og kulturdebatt

2.1. Kultur i mediene

Når billedkunst dekkes i mediene blir dette stoffet som regel kategorisert under *kulturjournalistikken*. Billedkunst kan også opptre i nyhetsjournalistikken, for eksempel i forbindelse med kulturbudsjett og økonomiske bevilgninger, strukturelle forhold innad på kunstfeltet, offentlig utsmykning, utdanningsspørsmål og generell kulturpolitikk. *Kulturjournalistikken* kan defineres som den journalistikken som formidler og omhandler kultursektoren i mediene. Dagens kulturjournalistikk dreier seg om tradisjonelle kunstformer som for eksempel klassisk musikk, litteratur og scenekunst, samt mer underholdningsrettet kultur som film, TV og popmusikk. Tekstene plasserer seg primært i sjangre som reportasje, intervju, kronikk, kommentar og kritikk, hvor sistnevnte regnes som svært sentral innen kunstfeltet selv. Kunstsosiolog Dag Solhjell mener at *kritikken* er kunstfeltets viktigste bidrag til eksistensen av en kunstoffentlighet. Ved at det publiseres kritikker i massemediene, blir informasjon om kunstutstillinger og kunst tilgjengelig for mange fler enn de som går på den kriticerte utstillingen. Offentlig kritikk bidrar og til å opprettholde problemstillingen om kunstnerisk kvalitet som ene for diskusjon. I all sin enkelhet handler kunstkritikk om å skjelne mellom grader av den kunstneriske kvaliteten (Solhjell 2012:116). De første tilløp til kunstkritikk kom med renessansen. Ved 1600-tallets franske kunstakademier ble det arrangert kunstforedrag og diskusjoner mellom kunstnere og interesserte. Flere av disse diskusjonene ble offentliggjort og førte til en litterær sjanger som behandlet kunst og kunstteori i form av essayer og dialoger. Kunstkritikk slik vi kjenner den i dag, oppstod ikke før utstillingsvirksomhet ble alminnelig i Frankrike og England på 1700-tallet. Den første kunstkritikk i denne forstand kom i forbindelse med kunstakademiets «salong» i Paris 1746. Ettersom utstillingsvirksomheten og pressen fikk større betydning i samfunnet på 1800- og 1900-tallet, har også kunstkritikken fått en mer relevant betydning i kulturjournalistikken. Kritikerens rolle har fungert som den tolkende og vurderende formidleren mellom kunstneren og publikum, der han i første rekke innehar en veiledende og opinionsskapende rolle (Kunstkritikk, 2014)

Kulturjournalistikken utøver altså en dobbelt rolle i offentligheten. Den skal være formidler gjennom å rapportere om begivenheter og trender. I tillegg kommer mediens rolle som fora for (ekstern) kritikk og debatt som en viktig del av den samlede, redigerte kulturdekningen. Særdeles relevant er mediens definisjonsmakt, som utøves gjennom synliggjøring og

usynliggjøring av det som skjer på kulturfeltet, samt smaksdommer gjennom anmeldelser og kritikk (Lund 2005:21). På et mer allment plan dreier det seg om formidling av verdier og vurderingskriterier, av begreper, perspektiver og forståelsesformer (Knapskog & Larsen 2008:11). Mediene kan med andre ord være en svært viktig faktor i kulturaktørens virke, både når det gjelder omtale som kan rette oppmerksomhet mot hans/hennes arbeid, og når de fremlegger kritikk som kan være avgjørende for hva leserne synes om kunstnerens verk. Kulturjournalistikken fungerer også som veiviser for publikum i et hav av informasjon og tilbud, og blir dermed en sentral formidler av kulturprodukter og kunst. Et sentralt diskusjonsmoment er hvordan mediene utfører disse oppgavene i offentligheten.

2.2 Samfunnsoppdraget og Jürgen Habermas' offentlighetsteori

Fra et overordnet ståsted er pressens virksomhet tilknyttet et *samfunnsoppdrag*. I offentlige utredninger er dette samfunnsoppdraget konkretisert i fire punkter:

- Informasjonsfunksjonen*, der pressen skal gi publikum nødvendig informasjon, slik at de folket kan ta stilling til samfunnsspørsmål. Pressen skal også gi informasjon fra borgerne til politikerne.
- Kommentarfunksjonen* går ut på at massemediene, fra sitt ideologiske ståsted, skal kommentere og analysere samfunnsforholdene.
- Overvåkningsfunksjonen* handler om pressens granskning og kontroll av de som utøver innflytelse i samfunnet.
- Gruppekommunikasjonsfunksjonen* fremmer kommunikasjon innen og mellom politiske, faglige og ideelle grupper i samfunnet (Brurås 2010:32).

I tillegg til disse funksjonene, hevder Brurås at pressen selv gjerne vil tilføye «veiledning av forbrukere, kulturell opplysning og underholdning» (ibid.). Disse funksjonene gjør seg gjeldende i forbindelse med billedkunst, både i form av kunstkritikk og informasjon om kulturelle begivenheter som veiledning og kulturell opplysning, eventuelt som underholdning. Ifølge Jürgen Habermas er pressen ”offentlighetens ypperste institusjon” (Habermas referert til i Larsen 2009:169). Habermas offentlighetsteori er relevant å trekke inn, med tanke på at mediene er av grunnleggende betydning for offentligheten. De normative ideene i den klassiske offentligheten lever fortsatt som en ideell målestokk for hvordan mediene skal fungere i et demokrati (Gripsrud 2011:237). Billedkunstfeltet er en del av kulturfeltet, og kultur en viktig del av identitetsdanning og offentligheten som sådan. I følge Knapskog og

Larsen (2008) er den kulturelle offentligheten, når vi snakker om volum, en helt dominerende del av offentligheten sett som helhet, og den står i dag sentral i identitetsdannende prosesser og i folks opplevelse av å leve i et demokrati (Knapskog og Larsen, 2008:14). Det handler altså om å være tilstrekkelig representert i denne offentligheten, også for billedkunsten. Offentligheten inkluderer som sagt en kulturell del, som handler om vår omgang med og deltakelse i medier og kulturprodukter. Den kulturelle offentligheten banet vei for den politiske på 1700-tallet, og forutsetningene for denne offentligheten var store byer og et marked for kultur. Det begynte med institusjoner som kaffehus og salonger, og utviklet seg videre til tidsskrifter og nyhetsbrev, før meningspressen- de første avisene, kom på banen. I den klassiske borgerlige offentligheten skulle den offentlige samtalen ha som mål å komme fram til det felles beste for allmennheten via argumentasjon. Medienes oppgaver var informasjonsformidling, argumentasjon og stoff som kunne oppmuntre til refleksjon og ettertanke, og deres funksjon var fundamental i forhold til idealet om en åpen, resonnerende samfunnsdebatt. Som et instrument for den offentlige samtalen, må informasjonen få flyte fritt. Ved å gi mennesker muligheten til å treffe veloverveide beslutninger, kan mediene i så måte være en forutsetning for et godt demokrati (Hillestad 2007:14). Tema i den kulturelle offentligheten var allmenne menneskelige problemer, og medium var kunsten. Formålet i den kulturelle offentligheten står like sentralt i dag; å formidle og oppnå kunnskap om menneskelige problemer gjennom kunsten, dannelse- å utvikle egen identitet, samt forbrukeropplysning; hjelp til å sortere tilbudene på kulturmarkedet (Tjønneland i Knapskog og Larsen, 2008:81-92).

2.2 Kritikken mot kulturjournalistikken

Norsk kulturjournalistikk, særlig pressen, har de siste tiårene fått betydelig kritikk fra flere hold. Den blir ofte karakterisert som ”for lett”, ”tannløs”, ”populærkulturell”, ”ukritisk” og ”kjendispreget”, hvor tradisjonelle kunstformer og populærkultur sklir inn i hverandre som en salig smørje. Et raskt googlesøk på ”norsk kulturjournalistikk” vitner om få superlativer, og mye negative karakteristikker vedrørende det journalistiske innholdet og prioriteringen av saker. Et slikt kulturpessimistisk syn på kulturjournalistikkens utvikling kan se ut til å være påvirket av Jürgen Habermas’ framstilling av den borgerlige offentlighetens forandringer, der han argumenterer for at den borgerlige offentligheten har gått fra å være en arena for fornuftig samtale mellom borgere om politikk og kultur, til å bli et sted for passivt konsum (Knapskog og Larsen 2008:12). Habermas argumenterer for at diskusjonen har undergått spesifikke

forandringer, ved at den har antatt skikkelse som konsumgode (Habermas 1971:152). Kritikken mot kulturjournalistikken kan nedfelles i to punkter, omformulert som to problemområder i sammenheng med kulturjournalistikkens kvaliteter. Det første er mangelfull dekning av tradisjonelle kulturformer. Billedkunst er en av disse tradisjonelle kulturformene. En ser tendenser til en forskyvning, hvor kunsten er under press fra den kommersielle underholdningskulturen, og tradisjonelle skiller mellom ”høyt” og ”lavt” brytes ned. Skillet mellom det viktige og det trivielle er riktignok institusjonalisert i deler av pressen, hvor ”Kultur” og ”Underholdning” er separate sider. Allikevel er det vanligste nå at alt innhold er samlet under ”Kultur”, eller under en mer nøytral overskrift. Det ”høye og det lave” behandles derfor med de samme journalistiske virkemidlene, og dette blir av mange kritikere sett på som den største synden– at viktig og uviktig stoff ikke skilles fra hverandre (Larsen 2009:267). Tidligere kulturredaktør i *Aftenposten*, nå statssekretær Knut Olav Åmås, skrev for noen år siden et innlegg hvor han la frem ”Ti teser for en kritisk kulturjournalistikk”⁶ publisert i *Aftenposten* (27.02.06). Han mener i hovedsak at den norske kulturjournalistikken er middelmådig, og etterlyser en journalistikk som opplyser, utfordrer og skaper debatt. Han mener også at det må skapes et ”kritikk-språk” for populærkulturen (Åmås, 2006). Det andre problemområdet er journalistiske metoder og virkemidler: personifisering og sensasjonspreget innhold hvor person går foran verk og underholdningskulturen står i sentrum. Dette kommer til syne både i overskrifter, vinkling og bilder, mens det saklige blir skjøvet til side (Larsen 2009:267). Personifisering vil i hovedsak si at nyhetssaker skal ha bilde og knyttes til intervjupersoner (Allern 2001:169). Å knytte begivenheter til bestemte personer er langt fra et «nytt triks» i historisk sammenheng. Personifisering svarer til vårt behov om identifikasjon med andre mennesker, men innebærer også en forenkling som kan gi budskap en bredere appell enn det som er mer saksorientert eller abstrakt (ibid:32).

2.3 Gammel klagesang, ny kulturjournalistikk?

Kulturjournalistikkens påståtte forfallshistorie er derimot intet nytt fenomen. I *Kulturjournalistikk- avkobling eller tilkobling*, (1991) påpekes det at kulturjournalistikken har endret karakter. Jo Bech-Karlsen tar opp det andre viser til: at denne type journalistikk er gått fra å være en reflektert, kritisk og meningsbærende tilgang til kultur, forstått som den individuelle skapende kunst eller åndsverk så vel som kollektive prosesser mellom mennesker

⁶ «Ti teser for en kritisk kulturjournalistikk», av Knut Olav Åmås (27.02.06) tilgjengelig på *Aftenpostens* nettsider: <http://www.aftenposten.no/kultur/article325063.ece>

i samfunnet, til å utvikle seg i retning av nyhetsdrevne, ureflekterte forhåndsomtaler av bredt forstått kultur, ikke minst ut ifra et underholdningsperspektiv. Den er blitt ukritisk, distansert og refererende (Bech-Karlsen [2001:20] referert til i Kristensen [2011:24]). Utviklingen kan sees fra to sider: den ene, hvor prioriteringen av kulturstoff problematiserer mediene som kulturinstitusjoner og kulturformidlere. På den andre siden utvider mediene sin profil i en bredere forståelse av kultur også som massekultur, populærkultur eller folkelig kultur (ibid.).

Med flere teknologiske hjelpemidler, profesjonalisering av det journalistiske feltet samt et økt kulturtilbud og kulturbegrepet i vekst, burde det ikke i realiteten stå bedre til med kulturjournalistikken når disse mulighetene er tilgjengelig? Er virkelig populærpressen så elendig som kritikerne vil ha det til? Kritikken av kulturjournalistikkens forfall bygger ofte på en forestilling om bedre tider, en gullalder som alle journalistiske nyvinninger måles ut ifra. Ved en sammenligning viser det seg imidlertid at kulturdekningen i 1964 var både relativt sparsommelig med hensyn til bredden i dekning og journalistiske sjangre. Populærkulturen manglet, og en kulturjournalistisk elitisme sto sterkere. Medieviter og professor Leif Ove Larsen mener at til tross for at kulturjournalistikken på denne tiden riktignok var preget av lange og kompetente anmeldelser av høye kunstformer, samt skarpe kronikker og kunstnerportretter, ville den «neppe imponert dagens avisleser» (Larsen i Eide, 2009:268). Som Tjønneland også påpeker, vil

De som ønsker å kritisere dagens offentlighet ut fra det normative skillet mellom kulturresonnement og kulturkonsum, rammes indirekte av empiriske studier av opplysningsjournalistikken: Alt var ikke bedre før (Tjønneland i Knapskog og Larsen, 2008:82).

De siste tiårenes utviklingstrekk på medie- og kulturfeltet har likevel endret kulturjournalistikkens produksjonsvilkår og resepsjonsvilkår. Dette skyldes spesielt framveksten av en global kultur- og medieindustri med forskyvninger i maktforholdet mellom tradisjonelle kunstformer og populærkultur (Knapskog og Larsen 2008:13).

2.4 Forskyvninger. Kulturdekningen i norske dagsaviser 1964-2005

Leif Ove Larsens artikkel «Forskyvninger» (2008) kan gi et ytterligere historisk perspektiv på hvordan kulturdekningen har endret seg i pressen de siste tiårene, og dermed hvordan billedkunstdekningen har vært representert i forhold til andre kunstformer. Artikkelen er en historisk fundert innholdsanalyse som viser sentrale trekk ved kulturdekningen fra midten av

Billedkunstdekningen i norske medier

1960-tallet frem til 2005, nærmere bestemt i årene 1964, 1984 og 2005 i syv norske dagsaviser. Larsen ville finne ut om denne vanlige oppfatningen stemmer:

Kulturstoff må vike for underholdningsstoff; refleksjon og kritikk må vike for kjendisnyheter og forbrukerjournalistikk; dekning av tradisjonell kunst og den gamle dannelseskulturen må vike for lanseringsorienterte oppslag om kulturindustriens produkter (Larsen 2008:283).

Totalt er 129 aviseksemplarer analysert med henblikk på kulturstoffets plass og kjennetegn. Undersøkelsen viser først og fremst at kulturstoffet har blitt mer sentralt i alle de aktuelle avisene. Antall artikler med kulturstoff er nesten doblet i perioden. Økningen av fjernsynsstoff og populærmusikk er betydelig – hver fjerde artikkel har i 2005 tilknytning til disse feltene. Billedkunst hadde cirka samme dekning som film de to første årene, men i 2005 er det tre ganger så mange filmrelaterte artikler. Den tradisjonelle finkulturen har tapt posisjon, bortsett fra litteraturdekningen. Om billedkunst og skulptur har det alle tre årene blitt skrevet lite. En leser av alle de sju avisene ville i gjennomsnitt funnet én artikkel per konstruert uke om billedkunst i hver avis de tre årene. I 1964 utgjorde billedkunst 6,6 % av kulturdekningen, i 1984 4,5 %, og i 2005 var den sunket til 4,1 %. (Larsen 2008:296-302). Undersøkelsen slår dermed fast at det i alle disse tre årene har vært skrevet sparsommelig om billedkunst, og at omfanget av dekningen er gått ned. Tallene kan indikere at dekningen vil fortsette å minke i årene fremover.

Hva er det med billedkunsten som tilsynelatende gjør den mindre interessant og relevant for mediene i forhold til andre kunstfelt? For å forsøksvis svare på et nokså komplekst spørsmål som dette, kan en oversikt over billedkunstfeltet og dets betydning estetisk og historisk være fruktbar, samtidig som det setter problemstillingen inn i en kontekst.

KAPITTEL 3: Billedkunstens betydning

Er det viktig om mediene overser eller bryr seg om å dekke bildekunst? Hvilke betydninger og funksjoner har den visuelle kunsten for mennesket og for samfunnet, som gjør at den eventuelt fortjener større plass og fokus i medielandskapet? For utforske disse problemstillingene nærmere, kan en med fordel betrakte kunstfeltet som en samfunnsmessig institusjon.

3.1 *Kunsten som institusjon*

Kunst har alltid har stått sentralt i menneskenes liv. Den har tjent uttrykksbehov og behov for mening i tilværelsen. Slik lyder det også i offisielle kulturpolitiske dokumenter: På ulikt sett og i ulike former og epoker har kunsten hatt viktige funksjoner i det offentlige liv, men den har også vært kilde til erfaring og utfoldelse for individet. Kunst kan riktignok opptre som estetiske objekter med dekorative formål, men kunsten er i tillegg bærer av mening. Samtidig har kunst evnen til å være plattform for kommunikasjon, kritikk, utfordring og bevegelse (Kulturdepartementet, 2012).

Det norske kunstfeltet har de siste 20 årene vært gjennom en drastisk utvikling på bakgrunn av flere faktorer. Stadig flere søker seg til kunstakademiene og staten bevilger mer penger til kunstinstitusjoner og kunstnerisk virksomhet. Samtidig øker kunstomsetningen og kunstverk får større plass i det offentlige rom, i tillegg til etablering av flere kunstmuseer. Feltet har blitt større og mer profesjonalisert og internasjonalsert, i samsvar med økt spesialisering og differensiering (Solhjell 2012:9). Kunstfeltet kan sees som en "livsverden". Kunstsosiolog Dag Solhjell påpeker hvordan denne livsverdenen, en «Art world» oppfattes av de som hører til der, i motsetning til de som ikke hører til eller kun er "innom på besøk" (ibid:39). Howard Becker, også sosiolog, legger vekt på forholdene mellom aktørene og de kollektive prosessene innad kunstfeltet, og definerer «Art worlds» på følgende måte: "Art worlds consist of all the people whose activities are necessary to the production of the characteristic works which that world, and perhaps others as well, define as art" (Becker 1982:34).

Solhjell mener at denne verdenen også kan betraktes som et sted der noen møter den store sannheten, eller, alternativt, som en slagmark med vinnere og tapere- i tråd med Bourdieus

begrep om sosiale felt⁷, der aktørene kjemper om anerkjennelse. Kunstfeltet som sosialt felt har en struktur med stor differensiering og motsetninger mellom aktørene. Denne strukturen kan endre seg som et resultat av hva de ulike aktørene på feltet gjør, deres stridigheter og allianser, og ut fra hvordan ytre krefter virker inn. Det økonomiske og det politiske feltet har stor innvirkning på kunstverdenen. Den politiske innvirkningen har innflytelse på strukturen når agenter er statlige eller har stor statlig eller offentlig støtte. Det økonomiske feltet spiller inn i forhold til markedsøkonomiske regler for belønninger av kunstfeltets aktører, i sammenheng der aktørene setter salg og omsetning høyest (Solhjell 2012: 40-41). Solhjell ser kunstfeltet som et kretsløp der aktørene opererer i forhold til gjeldende praksiser og verdier. Han skiller mellom tre ulike kretsløp. *Det eksklusive kretsløpet* kjennetegnes ved at aktørene opererer gjennom utelukkelse eller ekskludering, der målet er å komme frem til det estetisk utsøkte. Kampen som utkjemperes i det eksklusive kretsløpet handler om å gjøre institusjonen eller aktøren eksklusiv gjennom å tilegne seg definisjonsmakten på hva som er god kunst, og dermed forvalte kunstinstitusjonens symbolske kapital. De vil dermed distingvere hvem som er «insiderne» og hvem som er «outsiderne» i den legitime kunstinstitusjonen. *Det inklusive kretsløpet* derimot, sikter på å inkludere ulike kunstnere, å bruke flere distribusjonsformer for å nå et bredt publikum, og å få de til å kjøpe kunst. Kunst i offentlig rom og utsmykning tilhører det inklusive kretsløpet. Formålet er altså at kunst skal formidles til folket, og har i den forstand en pedagogisk og sosial funksjon i motsetning til det eksklusive kretsløpet. *Det tredje kretsløpet er det kommersielle*, hvor kunst velges ut fra økonomiske kriterier. Markedsverdien står sentral, der produksjon og distribusjon av kunst har til hensikt å tjene penger. Kunstneriske objekt er viktig som estetisk objekt, som i hovedsak betraktes som en vare på markedet (ibid:43).

3.2 Historie, estetikk og filosofi

Mennesket har i tusenvis av år hatt et behov for å uttrykke seg visuelt. I 2012 ble det gjort en banebrytende oppdagelse i Spania hvor det ble funnet primitive malerier i en hule, datert 42 000 år tilbake. Dette er de eldste maleriene arkeologer har funnet hittil, noe som viser at de ikke ble laget av det moderne mennesket som først antatt. Oppdagelsen viser at til og med neandertalerne, som vi utgangspunktet har sett på som opphøyde aper, hadde en *estetisk sans*, på samme måte som det tenkende homo sapiens (McErland, 2012). "Estetikk" fra det greske ordet *aisthesis* omhandler læren om det skjønne og sansebasert erkjennelse, eller kunnskap

⁷ Sosiale felt kan defineres som «samfunnsmessige områder der det foregår bestemte aktiviteter etter bestemte regler, og hvor det til enhver tid foregår strid eller anerkjennelse blant de involverte» (Gripsrud 2011:79).

om virkeligheten (Gripsrud 2011:91). Kunstens estetiske betydning er i filosofiens historie et tilbakevendende emne. Den blir ofte sett på som en del av en estetisk virkelighetsdimensjon som har sitt grunnlag i en erfaringsform. Disse erfaringene skiller seg fra erfaringer i vitenskap og dagligdags livspraksis, og blir heller betraktet som en ikke-begrepslig erkjennelsesart (Dehs 1984:10-12). Det vil si at kunsten må leses, høres, og i billedkunstens tilfelle, sees. Sansene må tas i bruk, til forskjell fra normene for en vitenskapelig erfaring (ibid:17). Ved å gi verket en spesifikk estetisk form, skal det påvirke mottakeren emosjonelt og generere følelser.

Et filosofisk perspektiv som svarte til den samtidige utviklingen av kunsten som en egen institusjonell sfære i samfunnet, kommer klart til uttrykk i Immanuel Kants arbeid, spesielt i hans hovedverk om ”de tre kritikkene”. Kants tenkning rundt det estetiske kan ses som konstituerende for rådende forestillinger om kunst og det estetiske i moderne vestlig kultur (Gripsrud 2011:91). Det sentrale i Kants estetiske filosofi er distanse til verket. Når vi underkaster kunsten en estetisk vurdering, demonstrerer vi en distanse og, eventuelt, et slags ”interesseløst velbehag”. Som kunsthistoriker Siri Meyer påpeker i *Hva er et bilde* (2009), skal man nemlig ha

[...]god tid, sikker inntekt og få bekymringer for å nyte et bilde som Francisco de Zurbarán⁸ stilleben med sitroner uten å bli sulten. Eller betrakte et landskapsmaleri som fransk klassisisme fremfor å vurdere nytten av bildets natur som tømmer og åkerjord (Meyer 2008:16).

I *Kritikk av dømmekraften* (1790) omtaler Kant bilder som kunstverk, hvor han tilskriver bildene en annen eksistens og samfunnsmessig funksjon enn å tjene presteskaper, konge og adel. Det estetiske blikket var lenge et privilegium for overklassen (ibid.). Filosofen mente at kunstverk ikke skal tjene til noe formål, fordi dette vil redusere verdien til verket. En noe motstridende tanke hos Kant er at den estetiske erfaringen skal baseres på estetiske dommer, dvs. være kritisk vurderende og rangere. Estetiske dommer, altså smaksdommer, er *subjektive*, ved at han knytter det til subjektets erfaring og fornemmelser. En estetisk dom eksisterer altså ikke uten det interesseløse velbehaget. Samtidig mener han til en viss grad at det finnes *allmenngyldige* kriterier for det skjønne, altså ideen om en mer allmenn tilgjengelig innsikt (Gripsrud 2011:91-92).

⁸ Francisco de Zurbarán, var en spansk maler, og en av spansk barokks ledende mestere. Han ble etter hvert hoffmaler, og tolkning av religiøse motiver utgjør en sentral del i hans kunst. Kilde: http://snl.no/Francisco_de_Zurbar%C3%A1n

Historisk sett gjorde kunst for alvor sitt inntog i filosofien da dens rolle som religiøs kunst ble svekket. Før i tiden, da kunsten var et ledd i religiøse sammenhenger, utførte den en sosial og kommunikativ oppgave. Mange vil kanskje hevde at kunsten hadde størst utbredelse i middelalderen da kunsten som var tilgjengelig i denne perioden befant seg i kirken. Kirken hadde som kjent svært mye makt i middelalderen, og var et felles samlingspunkt for borgere. De hadde rett og slett ikke så mange andre bilder å se på enn kirkekunsten. All kunst som tilhørte kirken hadde sin konkrete funksjon og uttrykte en definert idé i forbindelse med den religiøse institusjonens lære. Inspirasjonen kom fra bibelen, enten det var en glorifisert Kristus, de tolv apostlene eller steinfigurer i lenker som fremstilte tapte sjeler på vei til helvete. Hver detalj inne i kirkene var nøye planlagt og tilpasset kirkens mål og mening. Disse bildene og skulpturene hadde kraftig innvirkning på kirkegjengerne, og hadde kanskje mer innflytelse enn prestens preken (Gombrich 1950:150-155). Kirkekunst har altså blitt brukt til flere formål; både som dekorasjon av bygninger og inventar, som maktdemonstrasjon for å vise kirkens storhet som trossamfunn, som religiøse meditasjonsstykker for ro og kontemplasjon, og som pedagogisk verktøy for å synliggjøre bibelhistorien og det kristne budskapet (Kirkekunst, 2013).

Mot slutten av opplysningstiden og den franske revolusjonens århundre er ikke kunst lenger forstått som «etterligning» eller gjentakelse av tingenes evige og guddommelige orden. Det foregikk med andre ord en autonomiseringsprosess i det 18. århundre, og som i dag er bestemmende for den alminnelige kunstoppfattelse. Fra renessansen frem til det 18. århundrets siste halvdel, hadde teoretisk beskjeftigelse med kunst overveiende vært praktisk orientert, også betegnet som «regelestetikken». I Frankrike ble billedkunsten senere «befrikket» fra slott og kirker- i demokratiets navn, og utstilt i museer slik at alle kunne se. Dette bidro til å forandre situasjonen og begrepet om kunsten (Dehs 1984:14-17). Nå strømmer mennesker fra alle verdenshjørner og samfunnslag til de mest kjente museene i verden. For noen er dette utelukkende med hensikt å se ett bestemt verk, som for eksempel *Mona Lisa* i Louvre i Paris. Hvorfor velger så mange å bruke tusenvis av kroner på å reise halve jorden rundt, for deretter å stå i kø i timevis før de får tilgang til dette verket? Opplevelsen kan minne om en hysterilignende tilstand på en rockekonsert, der den mystiske damen *Mona Lisa* er frontfiguren, og en flom av japanske turister med prangende fotoutstyr er hennes groupies. Ingen andre verk har trolig blitt kopiert, fotografert eller bearbeidet like mye som *Mona Lisa*. Selv om Louvre byr på tusenvis av andre spektakulære verk, er det *henne* de hovedsakelig har

kommet for å se. Hvordan kan et lite kunstverk på 77 x 53 cm generere så mye oppmerksomhet? Majoriteten av disse menneskene har muligens ikke besøkt kunstmuseet i sin egen hjemby en gang, de har ikke nødvendigvis en spesiell forkjærlighet for kunst, så hvorfor er dette ene besøket så viktig? Vi vet at bildet er malt av det kjente universalgeniet Leonardo Da Vinci, at bildet er gammelt og ikke minst- at det har ekstremt høy verdi. Kvinnen på maleriet er også blitt tillagt mystiske historier og ulike identiteter opp i gjennom tidene, og det sies at Da Vinci malte såkalte skjulte budskap som er blitt tolket på ulike måter. Alle disse elementene tiltrekker seg oppmerksomhet og folkemengder. Selv om denne type kunstfascinasjon minner om en populærkulturell kjendisdyrkelse, sier det noe om kunstens betydning i samfunnet og oppmerksomheten som oppstår. Det viser også at kunst i aller høyeste grad kan være en kollektiv opplevelse hvor folk møtes og knyttes tettere sammen. Fra et medieperspektiv vil også kulturjournalister se det kommunikative som det sentrale ved kunsten, ved at kunstens kvaliteter fremtrer i journalistisk forstand i møtet med publikum som opplever kunstverket (Bech-Karlsen 1991:55).

Turistene på museumsbesøk er altså en gruppe mennesker som oppsøker kunst i en bestemt kontekst, men vi betrakter de nødvendigvis ikke som spesielt «finkulturelle» eller over gjennomsnittet kunstinteresserte av den grunn. Hvilket publikum ellers er det som tiltrekkes av kunsten? Hvem er det billedkunsten appellerer mest til, og hvorfor?

3.3 Billedkunst- kulturens elitesport?

Noen vil muligens hevde at billedkunst er et kulturfelt for ”spesielt interesserte”, og kan argumentere for at de som er opptatt av kunst kan oppsøke slike aktiviteter på eget initiativ. Det er også mange som føler at de ikke forstår kunst, og at den ikke har en viktig funksjon i samfunnet. Mye blir for abstrakt og lite håndgripelig. I følge den amerikanske kunstkritikeren og filosofen Arthur Danto, kreves det et kunstteoretisk tankesett og kunsthistoriske kunnskaper for å faktisk se noe som kunst- noe utover det øyet kan skjelve (Danto 2006:31). En kunstkritiker må riktignok ha faglig kunnskap for å uttale seg profesjonelt om et kunstverk, slik at han/hun kan bedømme verket på en tilstrekkelig begrunnet måte. En slik idé om en kunstforståelse kan allikevel virke noe snever og elitistisk i forhold til et allment mediepublikum. Dantos uttalelse gir lite spillerom til det vide spekteret av kunstverk og det faktiske mangfoldet i kunsterfaringer. Det er ikke all kunst som nødvendigvis trenger et kunstteoretisk tankesett for at den virkelig ”kan sees”. Kunst er mer enn samtidskunst og

avantgarde. Det virker som den sansebaserte erfaringen av et verk er irrelevant, den erfaringen som genererer følelser og er en opplevelse i seg selv.

Billedkunst er riktignok et tradisjonsrikt felt med en lang historie, spekket med ulike epoker, sjangre, teknikker og tankesett. Sammenlignet med andre kulturformer som for eksempel film og tegneserier, har det i alle fall historisk vært betraktelig mer anstrengende å bli spesialist på bildekunst. Film og tegneserier er på grunn av sin kortere historie, mindre forskning og kritikerlitteratur lettere å fordype seg i. Innen billedkunst derimot, må en ekspert i alle fall ha en viss peiling på en lang og omfattende historie, inkludert tradisjonsrik forskning og kritikerkrifter (Gripsrud 2011:82). For noen mennesker fremstår altså billedkunsten som et ”lukket land”. Nettopp dette gir kulturjournalistikken og ikke minst kritikken en helt sentral formidlingsoppgave, som forutsetter en faglig kompetanse.

Om man ikke kommer fra en bakgrunn hvor en har blitt eksponert eller informert om billedkunst- i det hele tatt oppfostret med formeningen om at billedkunst er av samfunnsmessig og individuell betydning, kan kunsten virke fremmed. I prinsippet foretar vi riktignok valgene mellom kultur- og medietilbud som frie individer. Allikevel finnes det forskjeller mellom ulike sosiale kategorier. For å utforske dette aspektet nærmere, kan man trekke inn den franske sosiologen Pierre Bourdieu.

3.4 Pierre Bourdieu

Bourdieu har lenge vært sett som en dominerende skikkelse på det kultursosiologiske området, der sosiologen møter estetikken i spørsmål som angår smak og kvalitetsvurderinger (Gripsrud 2011:75). Når det gjelder preferanser for kulturprodukter, viser Bourdieu blant annet til individets *habitus*: et sett hypoteser vi har om den sosiale virkeligheten (ibid:78). Aktørene som trer inn i et felt, handler ut i fra ulike forutsetninger, deres habitus. Den er ”innebygd” i oss gjennom det livet vi har levd under visse sosiale betingelser, den er et produkt av vår sosialisering. Habitus legger føringer på hvordan en tenker, velger og handler, og kommer til syne sammenlignet med noe annet eller noen andre. Videre har den innvirkning på hvilke sosiale felt vi deltar i og føler oss hjemme i. Habitus er derimot ikke statisk. Den kan til en viss grad forandres og bearbeides gjennom for eksempel utdanning og yrkeserfaring (Knapkog og Larsen 2008:18-19).

Smak er en viktig del av Bourdieus habitus. I likhet med Kant karakteriseres de høyt utdannedes smak som «den rene». Den rene smaken forutsetter altså denne distansen til

verket, der vurderingene av kunst er basert på kriterier som er spesifikke for det estetiske området. Den har en distansert, analytisk betraktningssmåte, og formoder blant annet et velutviklet språk som kan styrke formidlingsevnen (Gripsrud 2008:103). Gjennom sin studie av museumspublikum (*L'amour de l'art* [1967]) kunne Bourdieu vise til hvordan opplevelsen av museets kunst varierte mellom mennesker fra ulike sosiale lag. De øvre klassene, tenkte at de nærmest hadde en «naturlig evne» til å se og oppleve kunst, der opplevelsen var avhengig av å ha evnen til å se kunst på en åpen nysgjerrig måte. De «folkelige klassene» bestående av bønder og arbeidere, fant helt andre måter å gjøre kunsten verdifull på, isolert fra det spesifikke kunstneriske relevante som majoriteten oppfattet som ganske ubegripelig. Disse klassene hadde en mer praktisk tilnærming til kunsten, kjennetegnet som «barbarisk smak», der de f.eks. påpekte alt arbeidet som lå i utformingen av verket, samt hvor gammelt det var. De hadde altså en tendens til å ta med seg synsmåter og målestokker de brukte i eget hverdagsliv (Gripsrud 2008:93-94). I *Distinksjonen* (1995) mener Bourdieu at

[...] habitus stadig forsterkes ved at kunst og litteratur forblir de ypperste formene for «egennyttig» kultur, og følgelig også forblir de mest legitime tegn på distingverhet som de kan ha i forhold til andre klasser (Bourdieu 1995:128).

Bourdieus klassifiseringer av smak har av noen blitt oppfattet som «snobberi», men dette med «ren og barbarisk» smak er heller ment som idealtyper fremfor «enten-eller» kategorier individer befinner seg i. I realiteten er det allikevel slik at man får ikke full adgang uten tilstrekkelig *kulturell kapital*, altså den mengden av sosialt anerkjente og verdifulle kunnskaper og ferdigheter av kulturell art som man tilegner seg gjennom sosialisering, utdanning og oppvekst (Gripsrud 2008:81-103).

Billedkunstfeltet kan sees på som et sosial felt, hvor blant annet kunstnere, gallerister, kunstkritikere og museumsarbeidere danner nettverket av aktører. En forutsetning for stridene som kjempes innad på feltet, er enighet blant de involverte om verdier og holdninger, ikke minst om at det en driver med på feltet er viktig. De deler en slags ”common sense” som Bourdieu kalte *doxa* (Gripsrud 2011:78-79). Ulike sosiale felt berører hverandre og påvirker hverandre, men de har likevel en form for indre selvstyre, en relativ autonomi. Bourdieu mente at denne relative autonomien er en forutsetning for at feltene stadig kan frembringe noe som er verdifullt mer generelt. I boken *Om fjernsynet* (norsk utg. 1998), argumenterte han for at journalistikkens autonomi trues av en kolonisering av feltet fra det økonomiske feltets side. Krav til fortjeneste fra medieeierne side, vekten på opplagstall og publikumstall, gir større

innflytelse til krefter som er feltet fremmed, som bryter med dets egne grunnleggende målsetninger. Tilsvarende vil en finne på andre felt (ibid:80). Det økonomiske feltet påvirker journalistikkfeltet, som igjen påvirker kunstfeltet.

3.5 Kunst, kapital og brukere

Det økonomiske feltet har altså en indirekte påvirkning på kunstfeltet. Anerkjent billedkunst har ofte høy økonomisk verdi, og det er kun en minimal brøkdel av befolkningen som har råd til å skaffe seg «fornem» kunst til svimlende summer. Et godt eksempel som faller under kategorien «svimlende summer» er Francis Bacons triptyque *Three Studies of Lucian Freud*, (1969), som i november 2013 ble solgt for 875 millioner kroner på auksjon i New York. Bildet ble dermed verdens dyreste maleri solgt på auksjon, og overgikk Munchs *Skrik* som ”bare” ble solgt for 615,4 millioner kroner tidligere samme år (The Guardian, 2013). En trailersjåfør vil høyst sannsynlig ikke ha den økonomiske kapitalen som skal til for å kjøpe et Munch-maleri. Den kulturelle kapitalen som ligger til grunn for den kunstneriske interessen bak anskaffelsen av et slikt verk vil hos trailersjåføren antakeligvis være liten eller fraværende den også. Trailersjåførens habitus ligger nemlig ikke naturlig for slike aktiviteter. Kunst er for en del i det øvre økonomiske sjiktet ikke minst et investeringsobjekt. Et verk av en kjent kunstner vil garantert stige i verdi med årene. I tillegg er gevinsten ved salg skattefri. Mange påpeker også ”den doble gleden” ved å investere i kunst. For det første får man et vakkert eller interessant tilskudd til hjemmet, som kanskje kan være et samtaleemne som kan utfordre en selv og andre intellektuelt. I tillegg kommer den andre gleden- den økonomiske avkastningen over tid- en dobbel glede som Kunstrådgiver Geir D. Haug betegner som et «kinderegg». Han forteller om en amerikansk studie som viser at kunst har steget mer i verdi enn penger plassert i aksjer de siste femti årene (Storfjell, 2011). Solhjell påpeker også «kunstverkets doble identitet», fordi det består av to doble verdier- ånd og penger, noe som gir kunstfeltet en særegen motsetningsfylt dynamikk (Solhjell 2012:165).

Allikevel kan det virke som om Norge henger litt etter på kunstfronten. Daglig leder Knut Forsberg i Blomqvist hevder at få nordmenn vurderer kunst som en investering i forhold til andre land. Selv om han betrakter Norge som et ukultivert land, ser han allikevel at kunstinteressen blant folk fra alle samfunnslag stiger (Lekve, 2011). Kunsthistoriker Hilde Mørch sier seg enig, og påstår at det fortsatt er et stykke igjen før Norge er et land med virkelig interesse for, og kunnskap om kunst og kultur. Hun tror årsakene er manglende politiske prioriteringer og manglende interesse og kunnskap hos folk flest, og en felles

oppfatning der all kunst avskrives som «finkultur». I følge Mørch er det allikevel lysere tider i vente. Hun påstår at i løpet av de siste 10-15 årene har det vært en merkbar økt kunst- og kulturbevissthet blant unge – og at de søker til galleriene og muséene som aldri før. (Breivik, 2008). Riktignok øker spredningen av kulturprodukter og informasjon via internett. Det er heller ingen tvil om at vi lever i et samfunn hvor den visuelle kulturen og distribusjonen av den står sterkt og i høy grad blir eksponert for unge mennesker, der mediene har en sentral rolle som bindeledd mellom institusjoner og publikum. De siste årene ser det også ut til å ha vært større fokus på individets «kreative selvrealisering» både på jobb og privat, noe som i teorien kunne bidratt til denne påståtte kunst- og kulturbevisstheten blant unge. Statistisk sentralbyrås kulturbarometer (2012) peker derimot på motsatte tendenser enn det roserøde bildet Mørch maler av unges kunst- og kulturengasjement. Tallene viser mer *nedgang* enn økning i bruken av ulike kulturtilbud mellom 2008 og 2012. Kunstutstillinger (sammen med teater) er tilbudene som har sunket mest i oppslutning i denne perioden. Størst andel brukere av kunstutstillinger fantes i aldersgruppen 67-79 år, og kulturbruken er ulikt sosial fordelt på bakgrunn av utdanning og yrke. 4 % av de spurte hadde aldri vært på museum (SSBs kulturbarometer, 2012).

Reflekterer medienes dekning av billedkunstfeltet kun «den dystre virkeligheten» med nedgang i bruk og færre interesserte? Eller kan det sees fra en annen vinkel, ved at at medienes sparsommelige dekning er med på å skape denne utviklingen? Før disse spørsmålene kan utforskes nærmere, skal billedkunstdekning i utvalgte medier kartlegges i en gitt periode, slik at det kan dannes et bilde på hvor stor dekningen er og hva den består av.

KAPITTEL 4: Metode

I denne analysen er det aktuell kulturjournalistisk dekning av billedkunst som skal studeres, inkludert redigert debatt i aviser og til dels kringkasting og nettmedier. Hovedvekten vil altså ligge på pressen. For å få et nærmere innblikk i bildekunstens representasjon i mediene, vil jeg undersøke dekningen av dette feltet over viss periode, gjennom en kombinasjon av tre ulike forskningsmetoder. Årsaken til at jeg vil bruke ulike metoder, er at det finnes aspekter ved dekningen som ikke vil fremkomme om jeg bare tok i bruk én metode.

Metodekombinasjonen kan bidra med å styrke undersøkelsens validitet.

Jeg starter med *en kvantitativ kartlegging* av avistekster om billedkunst. For å få rede på omfang, sjangre og konkret innhold, kan en kvantitativ innholdsanalyse fungere godt. Denne typen analyse sier bare noe ganske overflatisk om meningsinnholdet i tekstene, og jeg vil derfor gå videre med *en kvalitativ analyse*. Kvalitativ forskning skiller seg fra den kvantitative ved at den bygger på fortolkning og går mer i dybden. Denne type forskning kan utdype hva som ligger i kvantitative funn, og vil i min analyse ha en retorisk tilnærming. Selv om alle tekstene er gjennomlest, vil jeg ikke analysere alle enkelttekstene. Målet er å få oversikt over helhetsinntrykket og retoriske virkemidler, samt tema og argumentasjonsmåter brukt i tekstene. Jeg har derfor valgt ut noen av disse tekstene til nærmere undersøkelse, som jeg vil komme tilbake til senere i analysen.

For å danne et mer helhetlig bilde av mediedekningen, har jeg også sett noe på utvalgte episoder av TV-programmet *Nasjonalgalleriet* på NRK, og radioprogrammet *Kunstreisen* på P2 for å se hva slags innhold de fokuserer på. I tillegg har gjort en overfladisk stikkprøve av nettaviser. Jeg vil presisere at disse mediene ikke er del av noen fullverdig analyse slik som pressen, da dette hadde blitt for omfattende innenfor rammene til en masteroppgave.

Jeg har også foretatt noen *intervjuer* med aktuelle aktører i kulturfeltet. Intervjuobjektene er et lite utvalg av kulturjournalister, kunstnere, kulturarbeidere og informasjonsarbeidere som jobber med billedkunst: kunstkritiker Kjetil Røed i *Aftenposten*, Gjert Gjertsen i Norske Billedkunstneres Forening, en kunstner, og to ansatte ved en kunstinstitusjon i Hordaland. Intervjuene er gjennomført for å få et mer direkte inntrykk av hvordan personer som produserer bildekunstdekningen tenker på den ene siden, og hvordan mennesker med en

yrkesmessig betinget interesse for dette stoffet opplever det. Jeg mener også intervjuene tilfører et interessant perspektiv til oppgaven.

4.1 Kvantitativ kartlegging- presse

Den kvantitative kartleggingen skal fungere som et grunnlag for videre undersøkelser, og en stikkprøve som nokså overfladisk tar for seg pressens billedkunstdekning i en bestemt periode. Jeg kaller det kartlegging fremfor analyse, fordi fremgangsmåten har bestått i å telle antall artikler, kategorisere dem og finne tekstens hovedfokus og deretter sammenligne avisene. Grunnen til det er at prosjektet består av flere metoder, og det vil bli for omfattende tidsmessig og dessuten for ensidig med henblikk på oppgavens problemstilling å gjøre det annerledes. I *Social research methods* (2012) av Alan Bryan, står det følgende om denne fremgangsmåten:

Content analysis is an approach to the analysis of documents and texts (which may be printed or visual), seeks to quantify content in terms of predetermined categories and in a systematic and replicable manner (Bryan 2012:289).

Videre understrekes det at det er en prosess hvor man objektivt og systematisk identifiserer visse karakteristika ved innholdet. Ved at det er objektivt og systematisk, vil andre som gjennomfører samme analyse med samme regler, (forhåpentligvis) komme frem til det samme resultatet (ibid.).

I den kvantitative undersøkelsen har jeg sett på:

1. Antall publiseringer om/rundt billedkunst
2. Sjanger
3. Tekstens konkrete innhold

Antall publiseringer gir en pekepinn på omfanget av billedkunst i pressen, og viser hvilke aviser som har flest og færrest saker. *Sjanger* viser hvilke typer tekster det forekommer mest av- om det er anmeldelse, reportasje etc. Med andre ord: hvilke sjangre pleier den aktuelle billedkunstdekningen å opptre i? *Innhold* er hva vi konkret kan lese om i teksten og dens umiddelbare vinkling. En slik kategorisering bidrar til å hente ut hva det fokuseres på når billedkunst opptrer i pressen, og vil bli forklart nærmere videre i analysen. Jeg har og sett om

tekstene har en *ekstern/intern skribent*, kun for å få et visst inntrykk av hvor mange av de aktuelle skribentene som er tilknyttet avisredaksjonen, eller som arbeider frilans.

4.1.1 Utvalg

Avisene i undersøkelsen, er riksdekkende norske aviser med ulik profil og utbredelse. Både dagsaviser og ukeaviser er inkludert. Dagspresseutvalget består av *Verdens Gang* (VG), *Dagbladet*, *Aftenposten*, *Klassekampen*, *Dagens Næringsliv* (DN) og *Bergens Tidende* (BT). *Morgenbladet* og *Dag og Tid* er ukeaviser. Dagspressen er det mediet som i utgangspunktet har vært den mest sentrale kanalen for kulturjournalistisk formidling og aktuell kunstdebatt. Samtidig er det dagsavisene som anklages for å produsere kulturjournalistikk som er (blitt) mer kommersiell og populærkulturell. Ved å ta for meg et utvalg av avisartikler fra aviser med ulik profil og innhold, vil tydelige (og utydelige?) ulikheter samt eventuelle likheter komme til syne.

Tabloidavisen VG er viktig å inkludere i undersøkelsen, fordi det er Norges mestselgende avis. VG er heller ikke kjent for å ha den tyngste kulturdekningen, og hypotesen før jeg startet med kartleggingen var at billedkunstdekningen kom til å være mikroskopisk. *Dagbladet* er landets nest største løssalgsavis, og har lenge vært kjent som «kulturavisen» som inneholder en god del kommentar- og kulturstoff, i motsetning til VG. Disse to avisene representerer «populæravisene» i utvalget, og blir innenfor medievitenskapen ofte karakterisert som «schizofrene» aviser på grunn av blandingen av underholdningsstoff og nyheter (Eide 2003:233). *Aftenposten* er en bredt anlagt abonnementsavis med stor betydning for kulturinstitusjonene, og *Dagens Næringsliv* skiller seg ut ved at den gir prioritet til et økonomisk nyhetsperspektiv på kulturstoffet. Den venstrevridde nisjeavisen *Klassekampen* er valgt fordi den representerer et alternativ til ”mainstream-pressen” og fordi dens lesere har et høyt utdanningsnivå. Det er kanskje derfor den også har en nokså høy prioritering av kulturstoff og oppfattes som en «intellektuell» avis. *Dag og Tid* og *Morgenbladet* er begge å regne som ukeaviser med publikum hovedsakelig i de bedre utdannede delene av befolkningen. *Bergens Tidende* er også inkludert, fordi den representerer en regionavis og dekker lokalt og nasjonalt kulturliv.

4.1.2 Hjelpemidler

Tilgangen til alle avisutgavene har jeg fått gjennom databasen Atekst, bortsett fra *Dagens Næringsliv*, hvor fullstendige PDF-versjoner av hele avisen sammenlagt ikke lå tilgjengelig.

Billedkunstdekningen i norske medier

Jeg kontaktet derfor avisen, og fikk opprettet et midlertidig gratisabonnement hvor jeg kunne bla meg elektronisk tilbake i tid til de utgavene jeg trengte.

4.1.3 Tidsperiode

Med tanke på at det er den moderne og nåværende kulturjournalistikken jeg vil se på, har jeg valgt ut to ulike tidsperioder i 2012. Jeg valgte å analysere avisene utenom sommerferien, samt høytider generelt. Når det gjelder dagspressen er den studert i en konstruert uke på våren 2012, og høsten 2012. Mandagsutgaven er tatt fra mandag den første uken, tirsdagsutgaven fra tirsdag påfølgende uke osv. Når det gjelder *Morgenbladet* og *Dag og Tid*, har jeg tatt for meg seks fredagsutgaver i samme tidsrom.

Datoer/utgaver:

VÅR

mandag 06.02.2012

tirsdag 28.02.2012

onsdag 21.03.2012

torsdag 12.04.2012

HØST

fredag 25.08.2012

lørdag 15.09.2012

søndag 07.10.2012

4.2 Kvalitativ tekstanalyse

Når det kommer til den kvalitative tekstanalysen, er det for det første sakprosa det er snakk om. Metoder for dette har flere navn i samfunnsvitenskap, som "dokumentanalyse" og "diskursanalyse. Tekstanalyse er en generell betegnelse på kvalitative studier av tekster, gjerne utviklet med henblikk på analyse av ulike type tekster, med bakgrunn i forskjellige erkjennelsesinteresser. Det er gjennom disse tekstene at mediene utøver sin makt, påvirker holdninger, formidler kunnskap og gir underholdning (Østbye m.fl. 2013:61-62).

Utgangspunktet for en tekstanalyse er interesse hos den som analyserer, ved at man stiller spørsmål som springer ut av et ønske om å vite noe om en bestemt tekst eller type tekster (ibid.). En form for retorisk inspirert analyse til å være det mest naturlige: Hvordan framstilles

kunsten og kunstnerne, med hvilke ordvalg og perspektiv? Hvilke fakta er med, hvilke utelates? Hvem kommer til orde i tekstene? Den som fører ordet i teksten, har vedkommende autoritet, inngir vedkommende tillit, hva vil han/hun med publikum?

Spørsmålene til innholdsanalysen vil variere. Tekstanalyse omtales ofte som *objektstyrt*, altså at fremgangsmåten må avgjøres av egenskapene til teksten vi skal analysere (Østbye m.fl. 2002:67). Dokumentanalyse kan tjene to formål for medieforskning. Dokumentene kan være objekter for forskningen, f.eks. tekst eller innholdsanalyser av avisartikler, eller kilder eller ressurser i forskning om et sakstema (ibid:51). I mitt tilfelle er det primært det første formålet som gjelder, hvor jeg går inn i avisartiklene og ser på innholdet. Allikevel kan disse tekstene også fungere som kilder eller ressurser om et tema, som for eksempel det kulturjournalistiske feltet eller kunstfeltet. En vesentlig ambisjon for tekstanalysen er å synliggjøre innholdsmessige og uttrykksmessige forhold ved tekster som vi i det daglige ikke reflekterer over eller legger merke til (ibid:63).

4.2.1 En metodisk avklaring

Den kvalitative metoden innfrir riktignok ikke kravene om *reliabilitet, validitet og generaliserbarhet*, som har status som en slags hellig vitenskapelig treenighet innenfor den kvantitative tradisjonen (Gentikow 2005:56). I følge Gentikow mangler kvalitative analyser reliabilitet, altså pålitelighet eller troverdighet, fordi de er resultater av ledende spørsmål. De er derfor er lite etterprøvbare dersom en annen forsker skulle gjennomført samme studie. Validitet, bekræftbarhet eller sannhet, vil heller ikke gjøre seg spesielt gjeldende siden metoden bygger på subjektive fortolkninger. Selv om analysen riktignok ikke kommer frem til en sannhet, kan den fremstille visse *sannheter* ved at kravene tilpasses analysen. Når det gjelder kravet om generaliserbarhet vil ikke dette oppfylles fordi datamaterialet er for lite, noe som igjen fører til at studien ikke blir representativ (ibid:56-58).

Jeg vil presisere at formålet med analysen ikke er å avgjøre om eksempelvis kunstkritikere har rett i sin dom av hva som er «god kunst», eller kritisere aviser for at det eventuelt er «for lite og for dårlig» dekning av billedkunst, basert på personlige meninger og interesser. Formålet er å identifisere egenskaper ved disse tekstene, i samsvar med hvordan det norske kunstfeltet fremstår og hva mediene skal representere. Jeg kan altså ikke trekke konklusjoner om billedkunstdekningen i norsk presse ut fra et materiale på 76 tekster i 2012. Derimot kan jeg generalisere innenfor analysens rammer og tidsperiode, og som nevnt fremstille visse

sannheter. Jeg håper i den sammenheng å komme frem til noen tendenser som kan beskrive deknningen ut fra problemstillingen.

4.2.2 Et retorisk blikk på analyse materialet

En retorisk tilnærming i analysen tar sikte på å undersøke skribentens valg av argumenter, stil og språklige virkemidler. Samtidig må dette gjøres i tråd med den aktuelle sjangeren de utvalgte tekstene befinner seg i, og hva den sjangeren primært skal formidle. Retorikken forutsetter alltid en bestemt situasjon og kontekst, og en ”taler” med en form for hensikt (Gripsrud 2008:168). Retorikken handler i hovedsak om forholdet mellom avsender og teksten, og har tradisjonelt vært en refleksjon over hva som kjennetegner gode taler, hvorvidt de var overbevisende og i den forstand «effektive». Retorikk har blitt tildelt et negativt rykte grunnet sitt fokus på overbevisning og finurlige formuleringer, men henger også sammen med et saklig nøkternt språk. Hans Skjervheim har kritisert den moderne journalistikken for å representere en form for sofisme (Skjervheim, 1987), ved at den ikke tar hensyn til hva som er «sant og godt». Skjervheim mener at den moderne journalistikken har en oppsiktsvekkende og engasjerende form på oppslag, innslag og reportasjer, som er blitt viktigere enn å gi en sakssvarende, sannferdig framstilling av saksforhold. Det samme mener han gjelder for prioriteringen av stoff- det skal være oppsiktsvekkende og engasjerende i stedet for å formidle et sannferdig bilde av situasjonen i verden (Gripsrud 2008:164). Kritikken i pressen har også blitt kritisert for å ikke tjene sin hensikt. Cecilie W. Lund skriver blant annet:

Samtidig er det i debatter om kritikken blitt hevdet at kritikken i dagspressen er blitt redusert i omfang og erstattet av mer markedstilpassete oppslag og bestselgerstoff, bl.a. gjennom lanseringsintervjuer med de mest kjente kunstnerne, forfatterne og artistene (Lund, 2001)

I og med at denne kritikken er myntet på dagspressen, har jeg valgt ut anmeldelser fra både dagspresse og ukeavis for å se på forskjellene. Det samme gjelder for de andre tekstene.

4.3 Intervju

Forholdet mellom kunstnere og journalister på det kulturjournalistiske feltet vil være vanskelig å si noe særlig om utelukkende basert på tekstanalyser, da disse analysene vil dreie seg om tekstens innhold og ikke de sosiale/profesjonelle relasjonene mellom aktørene. Dette har jeg imidlertid gått nærmere inn på i intervjuene med aktører på feltet. I medievitenskapen blir intervju vanligvis brukt for å analysere produksjon og mottaking av medietekster, medieaktørers virksomhet, strategier, hendelser og episoder i mediene eller offentligheten. Disse intervjuene kan blant annet bidra med følgende:

- Få informasjon det ellers ville vært vanskelig å få tilgang til
- Kartlegge prosesser og sosiale relasjoner
- Prøve ut egne hypoteser og forståelsesmåter underveis i intervjuet
- Kombinere med andre kvalitative og kvantitative tilnærminger i intervjuet og forskningsprosjektet (Østbye 2002:99-100).

Foruten å tilegne meg grunnleggende kunnskap om tema jeg ville spørre om, forberedte jeg et informasjonsskriv til de aktuelle intervjuobjektene sendt på e-post god tid i forveien. Der presenterte jeg kortfattet prosjektet mitt og hvorfor jeg ønsket å intervju dem, samt hvordan informasjon jeg fikk ville bli brukt videre. Jeg benyttet meg av NSD (Norsk Samfunnsvitenskapelig datatjeneste) sin mal angående forespørsler om deltakelse i forskningsprosjekt. Formen på intervjuene er *semistrukturert*, der tema er definert på forhånd, men svarmulighetene er åpne. Dette gir stor fleksibilitet og mulighet for oppfølgingsspørsmål. (Østbye 2002:102). Jeg hadde en liste med spørsmål utformet på forhånd tilpasset hver enkelt informant, men fravek denne alt ettersom hvordan samtalen utviklet seg (se intervjuguide, appendiks III).

I resultatkapittelet fremlegges en mer detaljert beskrivelse av hvem informantene er, hvilken rolle de spiller i forhold til analysen og hvilke spørsmål som stilles. Deretter presenteres resultatene og settes inn i sammenheng. Fokuset ligger på *hva* informantene sier, og ikke hvordan de sier det, der intervjuene betraktes som en supplerende informasjonskilde og et eventuelt bidrag til en mer helhetlig konklusjon på problemstillingen. Intervjuene er lyttet nøye gjennom flere ganger, hvor informasjonen ble nedskrevet før jeg begynte prosessen med å «luke ut» det interessante. Metodebruk for den kvantitative og kvalitative analysen vil også bli nærmere forklart i dette kapittelet.

Jeg vil nå gå videre med å redegjøre for observasjonene jeg gjorde i andre medier- TV, radio og Internett.

KAPITTEL 5: Kringkastingsmediene og Internett

For å danne et mer helhetlig bilde av medielandskapet, inkluderes etermediene radio og fjernsyn. Jeg har derfor forsøkt å gjøre noen observasjoner ved å ta for meg enkelte episoder av TV-programmet Nasjonalgalleriet på NRK2, og noen få sendinger av radioprogrammet Kunstreisen i P2 før jeg går løs pressen. Som jeg allerede har avklart står pressen mest sentralt i min analyse, fordi det er det mediet billedkunst opptrer i hyppigst, og dermed det mediet som blir mest avgjørende for billedkunstfeltet. Allikevel mener jeg det er fruktbart å få et innblikk i andre medier for å sette dekningen i et større perspektiv, som på den måten understreke pressens betydning.

Jeg har sammenlagt sett syv episoder i 2011⁹. Jeg har lyttet til tre sendinger av Kunstreisen, som lå tilgjengelig på NRKs nettsider. Hos nettavisene har jeg tatt en enkel stikkprøve.

5.1 Fjernsyn- Nasjonalgalleriet

Nasjonalgalleriet er et TV-program som omhandler visuell kultur som kunst, mote og design, der Helle Vaagland er programleder. Det hadde premiere på NRK2 i september 2010 som en del av «Kulturstripa»¹⁰. I følge programmets nettsider «opp søker, samler og analyserer programmet det som skjer på alle de visuelle frontene i dagens samfunn og serverer det aller beste». ¹¹ Nasjonalgalleriet er det eneste nåværende TV-programmet i norske kanaler der innholdet er viet kunst. I 2013 viste også NRK serien «Atelieret», der vi møtte ulike kunstnere som har satt sitt preg på norsk billedkunst og samfunnsliv. Da Kulturstripa startet sto NRK for 92 % av kulturtilbudet i norske kanaler i «prime time». Kulturredaktør i NRK Hege Duckert forklarte i forbindelse med lanseringen av Kulturstripa at kanalens kultursatsning er viktig stoff og en del av deres samfunnsoppdrag. NRK skal i følge Duckert være en kanal for alle, og ikke bare formidle stoff som står sterkt kommersielt. Hun syns det er synd at de andre kanalene sender så lite kultur, og mente at «[...] de undervurderer viktigheten av kulturprogram, og i tillegg hadde det vært skjerpende for oss med konkurranse» (Ottosen, 2010).

⁹ Jeg tok for meg de episoder som lå tilgjengelig. Hvilket årstall det gjaldt er mindre relevant.

¹⁰ Kulturstripa startet i 2010 på NRK og består av fire programmer om henholdsvis bøker, kunst, film og musikk.

¹¹ Kilde til programmets nettside: <http://www.nrk.no/programmer/sider/nasjonalgalleriet/>

5.1.1 Komposisjon og innhold i *Nasjonalgalleriet*

Nasjonalgalleriet er bygget opp av ulike deler hvor vi møter forskjellige kunstnere og kunstformer. Programlederen introduserer først programmets innhold. Mellom hovedinnslagene får vi servert korte snutter av videokunst, ofte akkompagnert av elektronisk musikk. I de episodene jeg har sett møter vi blant annet tidligere A-ha medlem Magne Furuholmen og livet med kunsten etter A-ha, stjernefotograf Sølve Sundsbø som har gjort karriere av å fotografere kjendiser, og vi blir presentert for temaer innenfor kunsten som luksusvarer og vår tids fascinasjon for dem. Programmet hadde også et lite innslag som ikke gikk på kunst, om VG: «Nasjonalgalleriet observerer: VGs nye journalistiske profil», der de sammenligner VGs TV-reklame (som går ut på å fremme avisens seriøse og fagfokusede journalistikk) med introen til TV2s såpeserie *Hotel Cæsar*.

I de syv programmene jeg har tatt for meg, finnes det nokså variert dekning av billedkunst. *Nasjonalgalleriet* presenterer både norsk og internasjonal kunst samt ulike kunstformer i et lett begripelig og underholdningsrettet format av en programleder som antakeligvis blir oppfattet som karismatisk av mange seere. Ved denne enkle og forståelige formidlingen av kunst, vil jeg anta at *Nasjonalgalleriet* appellerer til mange seere utover «den spesielt interesserte»- kanskje helst til vanlige seere *fremfor* den spesielt interesserte. Programmet har populærkulturell profil hvor inntrykket er at person i noen tilfeller går foran verk (som f.eks. med Magne Furuholmen), fremfor fokus på kritisk, faglig kunstdebatt. Bourdieu mente at fjernsynet hadde en negativ innflytelse på kultur. I *Om fjernsynet* ([1996]1998) hevder han at fjernsyn som en kulturell form truer demokratiet på grunn av sin kommersialisering, knyttet til institusjoner og estetiske former som i hovedsak støtter kulturell «fast-food». På den måten forhindres rasjonelle debatter i den politiske sfæren (Herkmann i Gripsrud & Weibull, 2010:127). Det kan argumenteres for at kunsten i *Nasjonalgalleriet* blir presentert på en noe overfladisk måte ut fra innholdet, med en innpakning som sikter på å høyne seertall og dermed kan betraktes som kulturell «fast-food» av enkelte. Kjendisfotografer, luksusprodukter og Magne Furuholmens kunst kan også settes inn i et kunstfaglig eller akademisk sammenheng, men dette ser ikke ut til å være programmets hensikt. Samtidig er kanskje dette et format som fungerer på TV-skjermen, med en henvendelsesmåte som er nødvendig for å eventuelt vekke mer interesse for kunst? Om «kunsteliten» mener dette programmet er av god kvalitet er en annen sak. En av informantene, en ansatt ved en kunstinstitusjon, mente at «Nasjonalgalleriet ikke handler om kunst i det hele tatt, bortsett fra

på et teknisk nivå». Allikevel syntes hun at *Nasjonalgalleriet* er «et helt ærlig forsøk på å popularisere samtidskunsten, noe de gjør ved å plassere det inn i en «event-kultur», og at programmet har «kvaliteter som er viktig for å nå ut til et bredt publikum». Det kan altså se ut til at NRKs satsing på å popularisere et smalere kulturfelt resulterer i at kulturinteresserte mennesker med en kunstfaglig bakgrunn velger å ikke se programmet. Allikevel mener jeg det er viktig og positivt at NRK som en allmennkringkastingskanal velger å satse på programmer som dedikerer innholdet til billedkunst, når dette nærmest er totalt fraværende i andre norske kanaler. Som allmennkringkaster har også NRK et samfunnsoppdrag, som i tillegg er nedfelt i NRK-plakaten. Selv om innholdet populariseres, bidrar det til mangfold og opplysning på kulturfronten, og muligens en interesse blant seere om å oppsøke kunst på egenhånd.

5.2 Radio: *Kunstreisen*

Kunstreisen er et radioprogram på kanalen P2, også i regi av NRK. Programleder er Nina Skurtveit og programmets faste ekspert er professor Gunnar Danbolt.¹² Jeg har tatt for meg en håndfull nyere sendinger hvor programleder og Danbolt befinner seg ulike steder og snakker om kunst relatert til hvor de er.

Kunstreisen inkluderer i hovedsak tradisjonell kunst i en kunsthistorisk og bred sammenheng, hvor Nina Skurtveit presenterer kunsten (hvor de er, hva de skal snakke om), mens Danbolt supplerer med fakta og historisk informasjon, og trekker linjer mellom fagområder. Et godt eksempel på sistnevnte er når Danbolt forteller om når forfatteren Fjodor Dostojevskij nærmest fikk et epileptisk anfall først gang han så *Den døde Kristus i graven* av Hans Holbein den yngre i Basel (NRK 30.04.14), og hvordan maleriet påvirket Dostojevskijs arbeide. I mitt utvalg er de for eksempel på Riksmuseet i Amsterdam og tar for seg malerne Vermeer og Rembrandt (NRK 15.02.14), på utstillingen Amsterdam DNA (29.03.14), og på bryggen i Bergen der det var en utstilling av arbeidene til den bergenske illustratøren og avistegner Audun Hetland (15.03.14). De visualiserer kunsten for lytterne og beskriver nokså detaljert hva de ser; farger, form, komposisjon osv., noe som er nødvendig for et medium som radioen

¹²Gunnar Danbolt er professor i europeisk kunsthistorie ved Universitetet i Bergen, og har skrevet en rekke bøker og artikler om maleri og skulptur fra antikken, middelalderen og renessansen, i tillegg til moderne kunst, kunstteori, kunsthåndverk og barnekultur. Kilde: <http://www.kunstkritikk.no/skribenter/gunnar-danbolt/>

der vi som lyttere ikke får tilgang til selve bildet. Gjert Gjertsen i NBK¹³ mente under intervjuet at «Kunstreisen klarer å visualisere det hele i radioformatet» (Gjertsen 06.02.14). Hvis man er interessert kan man også klikke seg inn på radioprogrammets nettsider på nrk.no, og kikke på bilder fra reisene og lese om de.¹⁴

Noe jeg mener er karakteristisk for *Kunstreisen*, er at programmet i større grad henvender seg til en litt eldre lyttergruppe fremfor f.eks. tenåringer, i tråd med P2s innretning som kanal. Billedkunst blir formidlet på en kunnskapsrik og noe omstendelig måte, innenfor historiske og kulturelle rammer. Samtidig fremstår det som underholdende og interessant, der programlederne utfyller hverandre i dialogen seg i mellom.

5.3 Mediene sammenlignet med hverandre

Medienes teknologiske egenart gjør tekstene forskjellig på uttrykksmessig nivå (Østbye, mfl. 2013:67). Fjernsyn har utvilsomt et større potensial visuelt enn det radio og avis har, og egner seg derfor godt til formidling av billedkunst, da i en mer underholdningsrettet og popularisert form. På TV-skjermen kan en med egne øyne se ulik kunst, og samtidig få informasjon om den fra en eventuell programleder, kommentator eller ved teksting. Avisen har også mulighet til å trykke bilder av billedkunst, men den åpenbare forskjellen blir at det er begrenset med hvor mange eksemplarer av bildene som får plass på avissidene. Dessuten er det ikke sikkert verket kommer til sin fulle rett på trykk i avisen. I radio har en ikke tilgang på det visuelle, og den faktiske kunstopplevelsen med å betrakte et bilde er ikke der. Den konkrete estetiske erfaringen faller dermed bort. På en annen side kan radioprogrammer som *Kunstreisen* bidra til større intellektuell refleksjon rundt billedkunst, fordi mediet isolerer samtalen fra det visuelle. Lytteren må derfor utelukkende konsentrere seg om samtalen, informasjon og diskusjon rundt kunsten, og bruke sin egen forestillingsevne til å visualisere. Hvis samtalen er interessant, kan dette muligens pirre nysgjerrigheten til lytteren slik at han/hun oppsøker kunsten på egen initiativ for å få tilgang til nettopp det visuelle.

¹³ NBK arbeider for å ivareta billedkunstnernes faglige, ideelle, økonomiske og sosiale rettigheter og interesser, med ca. 2700 medlemmer som fordeler seg på 20 grunnorganisasjoner. De er ansvarlige for Høstutstillingen, og utgir og eier fagbladet Billedkunst. Nettside: <http://www.billedkunst.no/nbk/>

¹⁴ Kunstreisens nettsider: <http://www.nrk.no/kunstreisen/>

5.3 Billedkunst på nett

Interaktive medier og digitale nettverk gir tilgang til kulturprodukter i ukjent skala, noe som i teorien vil kunne bidra med en mangfoldig og dynamisk dekning. Med internett har brukeren en nærmest endeløs tilgang til kunst- og kulturuttrykk. Nettet åpner for store muligheter, både når det gjelder å formidle egen produksjon og å tilegne seg informasjon, kunnskap og kunstoplevelser innenfor ulike kategorier. Hvilken kulturdekning av billedkunst finner vi på nettet, og hvilke institusjoner og aktører står bak?

Jeg har i denne sammenheng tatt en overfladisk stikkprøve av nettavisene som var med i kartleggingen for å se hvilken billedkunstdekning som fantes den dagen. Hvilket stoff ser ut til å bli ”dyttet” over på nett, eventuelt ekskludert? Hvordan fremstår billedkunstdekningen på avisenes nettsider kontra den tradisjonelle papirutgaven?

5.3.1 Billedkunst i nettavisene

Alle de største avisene har sine respektive nettaviser som publiseres på nettet. Nettaviser finnes hovedsakelig i to varianter, og tar for seg delvis eller alt stoff fra en trykt utgave fra samme avishus. Norge er en avissterk nasjon hvor vi liker å holde oss oppdatert, og som lenge har hatt et velutviklet avismarked med mange aviser, både nasjonalt, regionalt og lokalt. Norsk mediebarometer kunne opplyse om at over halvparten av den norske befolkning leste nettaviser daglig i 2013 (Medienorge 2014).

Stikkprøven, som ble gjennomført 10.04.2014, viste at nettavisene nærmest er blottet for billedkunststoff. En ser en påfallende prioritering av populærkulturen, noe som betyr at finkulturen droppes. Tradisjonell finkultur dekkes i hovedsak på papir, mens populærstoff og kjendisnyheter prioriteres på nett. I en komparativ studie av nett- og papiravisene til VG, *Aftenposten* og *Adresseavisen* fra 2005 gjennomført av Pål Binde, finner han at alle prioriterte kultur og økonomi lavt på sine nettaviser, og mener videre at alle er noe mer tabloide på nett enn papir (Larsen 2009:270-271). Ut fra mine observasjoner var dette særdeles synlig hos VG og *Dagbladet*, der kjendissakene var publisert på rekke og rad. Kulturdekningen gikk fortrinnsvis på person fremfor sak, som f.eks. om Julia Roberts: «Søsteren døde plutselig» fremfor hennes skuespillerkarriere, eller Tone Damlis graviditet fremfor hennes rolle som Idol-dommer. Selv om *Dagbladet* markerer mellom “Kultur” og “Kjendis”, slik at leserne “vet” hva som er seriøst og useriøst, er ikke det alltid like lett å vite hva man har klikket seg inn på. Stikkprøvene til Larsen viser og at *Dagbladet* gir lavere prioritet til tradisjonell finkultur i nettavisen enn på papir, hvor sakene er gamle med liten aktivitet (Larsen

2009:272). Dette handler ikke bare om journalistiske valg og teknologi, men også om den kommersielle verdien og brukerne. Rask oppdatering eller underholdning som tidsfordriv, gjerne i samspill med multitasking er svært vanlig for nettavislesere, mens papiraviser vies mer tid og konsentrasjon hvor man er fri fra resten av nettets distraksjoner (ibid:276). Det er på mange måter forståelig å ville sette seg ned i ro og mak med en lengre kulturreportasje - en reportasje som kanskje krever en viss innholdsforståelse og refleksjonsevne - fremfor å scrolle nedover samme artikkel på en skjerm. Lengre og mer krevende finkulturelle saker sett fra et slikt praktisk brukerperspektiv egner seg derfor bedre på papir.

De eneste sakene vedrørende billedkunst jeg fant på nettavisenes forside, handlet om oppussing av Nasjonalgalleriet, og en om kritikk rettet mot Lambda. Disse «kulturbygg»-sakene handlet derimot mer om bruttoareal og prislapp, naturlig nok. Alle avisene bortsett fra BT har «Kultur» som en egen kategori i menyvalget¹⁵. Til og med *Morgenbladet* hadde overraskende lite billedkunstdekning på nett. Mindre overraskende er det at «Bøker» er et eget menyvalg. Jeg fant to publikasjoner, den ene om tekstilkunstnere (*Morgenbladet* 10.04.14), den andre om en utstilling. I BT fantes det en sak om en mann som var «både oljearbeider og oljemaler», men når man klikket på denne saken ble du ført videre til sysla.no¹⁶, der artikkelen var publisert. BT hadde også en sak om Bård Breivik¹⁷ og KODE (BT 13.04.14), men dette var en pluss-side der man måtte betale for å få tilgang til innholdet.

Nettavisene kan utvilsomt skilte med muligheter papiravisene ikke har. Multimedialitet, integrasjon av skrift, bilde, lyd og video og animasjon er noen av disse mulighetene (Larsen 2009:269). Denne kombinasjonen av teknologiske muligheter er særdeles fordelaktig i billedkunstdekning på nett, om avisene hadde brydd seg med å publisere mer av dette stoffet. Sammen med hyperlinking gir dette mer komplekse tekster enn i papirutgaven, og leserne får servert bakgrunn og vist vei til kildene. Nettet åpner også for toveiskommunikasjon og responsjournalistikk av ulik sort, der i blant nettmøter, leserkommentarer, blogg, forum, anmeldelser og avstemning. Spesielt fordelaktig er muligheten for hurtig og kontinuerlig nyhetsoppdatering, noe som er alfa mega i nyhetsbransjen. Det skal være ferskt. De fleste nettaviser byr på gratis innhold, med unntak av enkelte saker man må betale for. I

¹⁵ BT har seksjonen «Bergenspuls» istedenfor «Kultur», der man finner ymse kultursaker og kan holde seg oppdatert på kulturlivet i Bergen og Hordaland. Nettside: <http://www.bt.no/bergenpuls/>

¹⁶ Sysla.no er et nettsted som byr på «nyheter fra næringene langs gullkysten»

¹⁷ Bård Breivik (f. 1948 i Bergen) har en tydelig posisjon i norsk og skandinavisk kunst. Han markerte seg tidlig innenfor skulpturens utvidete felt, med arbeider der det konseptuelle og det håndverksmessige hang tett sammen. Kilde: <http://kodebergen.no/utstillinger/b%C3%A5rd-breivik-history>

Billedkunstdekningen i norske medier

motsetningen til papiravisen med begrenset plass i form av antall sider, har nettavisen uendelig plass både i flaten og i dybden, naturligvis med visse begrensinger (Larsen 2009:269-270).

KAPITTEL 6: Kvantitative og kvalitative resultater

Overblikk

I dette kapitlet legges først det kvantifiserbare materialet fra aviskartleggingen frem. Det kvantitative materialet er hva jeg har funnet av billedkunstdekning i pressen, og hvordan dette omfanget kan sammenlignes med resten av kulturdekningen. «Resten av kulturdekningen» vil si artikler som omhandler andre kunstformer på kulturfeltet, som f.eks. litteratur, musikk og film. Jeg har gjort en optelling av disse tekstene for å se billedkunst i lys av andre kunstformer blant avisenes kulturdekning. Hvert enkelt kunstfelt er slått sammen som «kulturdekningen». Det ville blitt for krevende å kategorisere og sammenligne hvert enkelt kunstfelt i denne oppgaven.

Det gis innledningsvis en presentasjon av de aktuelle funnene og tall. Ukeavisene og dagspressen blir presentert hver for seg, for å tydeliggjøre forskjellene avisene i mellom. Jeg har i hovedsak fokusert på innhold og sjanger i tekstene, som vil bli presentert lenger ned. Deretter kommer en mer detaljert oversikt over de spesifikke tekstene jeg har funnet i kartleggingen presentert i tabeller. Den kvalitative analysen som deretter blir lagt frem, har som nevnt en retorisk tilnæringsmåte hvor de utvalgte tekstenes mål og mening blir analysert og drøftet.

6.1 Kvantitativ kartlegging- resultater

6.1.1 Analysematerialet

Analysematerialet består av tekster fra avisene *Verdens Gang* (VG), *Dagbladet*, *Aftenposten*, *Klassekampen*, *Bergens Tidende* (BT) og *Dagens Næringsliv* (DN), *Morgenbladet* og *Dag og Tid* fra og med februar 2012- oktober 2012. Kriteriet for utvalget var at de måtte handle om noe innenfor sjangeren billedkunst, enten som redaksjonelt stoff eller innsendte tekster som f.eks. leserinnlegg eller kronikker fra lesere. Annonser, reklamer og opprømsing av kulturelle begivenheter på typiske «hva skjer/uteliv»-sider er utelatt.

6.1.2 Omfang totalt

Jeg fant totalt **76** artikler som omhandlet, eller var relatert til dette relatert til billedkunst, fordelt på de åtte ulike avisene med 53 eksemplarer sammenlagt. Annonser om galleriåpninger, utstillinger og andre «reklameoppslag» er utelatt, da dette ikke går under «den redigerte kulturdebatten», kulturjournalistikk produsert av en redaksjon eller innsendte bidrag. I dagspressen fant jeg **57** artikler, og blant ukeavisene **19** tekster vedrørende

billedkunst. Ut i fra materialet presentert i tabellen nedenfor, ser vi en overvekt av slike tekster i *Aftenposten* med 24, og *Morgenbladet* med 17. *Dag og Tid*, *VG* og *Dagens Næringsliv* ligger dårligst an i sin dekning med tanke på antall, mens *Dagbladet*, *BT* og *Klassekampen* ligger i det midtre sjiktet.

Tabell 1 – omfang, billedkunstdekning i pressen

Aviser:	Antall tekster vedr. billedkunst:	Antall eksemplarer:
DAGSAVISER		
<i>VG</i>	3	7
<i>Dagbladet</i>	8	7
<i>Aftenposten</i>	24	7
<i>Klassekampen</i>	10	6
<i>Bergens Tidende</i>	9	7
<i>Dagens Næringsliv</i>	3	7
Totalt dagsaviser:	57 tekster	
UKEAVISER		
<i>Morgenbladet</i>	17	6
<i>Dag og Tid</i>	2	6
Totalt ukeaviser:	19 tekster	
Totalt alle aviser:	76 tekster	53 eksemplarer

6.2 Dagspressen

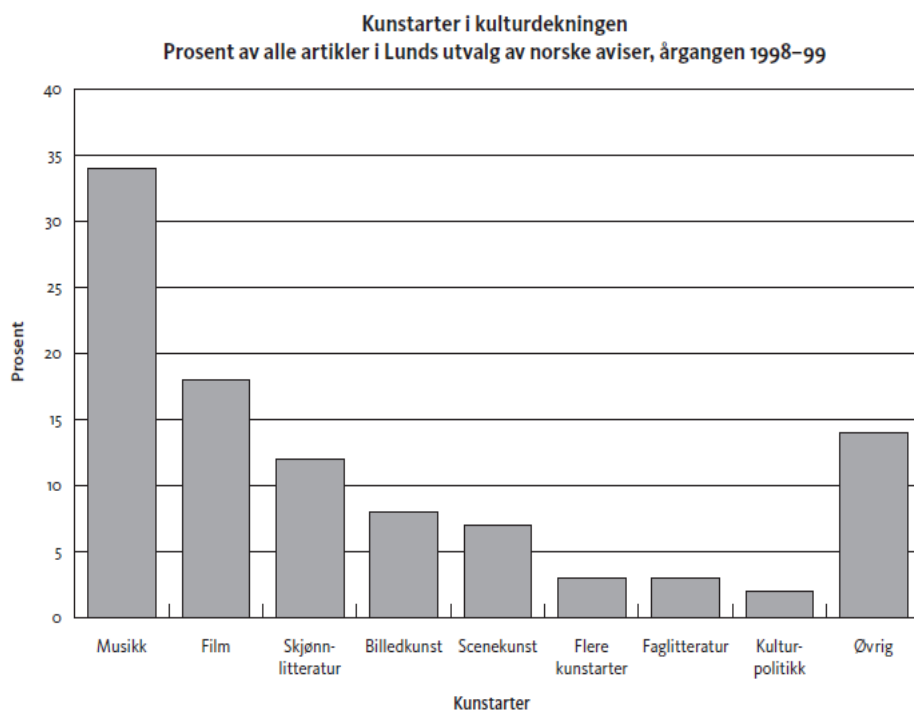
6.2.1 Omfang og billedkunst versus annen kulturdekning

I den konstruerte uken fant jeg 533 kultursaker i dagspressen om ulike kunst- og kulturfelt, hvor altså 57 av disse artiklene omhandlet billedkunst. De resterende 444 var fordelt på andre kunstfelt. Det vil dermed si at cirka 11 % av dekningen i dagspressen bestod av tekster relatert til billedkunst i avisene *Verdens Gang* (VG), *Dagbladet*, *Aftenposten*, *Klassekampen*, *Bergens Tidende* (BT) og *Dagens Næringsliv* (DN) samlet sett. Til sammenligning utgjorde billedkunst 5 % av kulturstoffet i 2005 i Leif Ove Larsens undersøkelse «Forskyvninger», og 8 % av kulturdekningen i Cecilie W. Lunds undersøkelse fra år 2000. En vesentlig forskjell er at undersøkelsene til Larsen og Lund utelukkende har tatt for seg kulturjournalistiske tekster, mens jeg har i tillegg inkludert annen dekning som f.eks. nyheter og debatt, som handler om

Billedkunstdekningen i norske medier

billedkunst på en eller annen måte. Det vil derfor være nokså logisk at prosentandelen «billedkunst» er noe høyere i min undersøkelse enn i tidligere studier.

Når det gjelder billedkunstdekning sammenlignet med annen kulturdekning, var litteratur utvilsomt det kulturfeltet som utgjorde majoriteten av kulturdekningen i avisene, sammen med film og musikk. Bokanmeldelser, intervjuer med forfattere og litteraturredebatt engasjerer et stort publikum. På mange måter er det et mer «tilgjengelig» felt enn billedkunst da bredden i litteraturen er stor, litteratur og lesing er en elementær del av hverdagen til folk flest. Dette korresponderer med Larsens undersøkelse, som konkluderte med at litteraturdekningen fortsatt sto sterkt i norsk kulturdekning, selv om finkulturen ellers var redusert.



Tabellen er lånt fra Siri Røysengs evaluering av kunstkritikk.no (2008),¹⁸ der deler av Lunds undersøkelse (2000) blir presentert.

Finkulturen i kartleggingen sto sterkest i *Aftenposten* hvor litteratur, scenekunst og opera var godt representert. Denne avisen hadde også flest kultursaker av alle dagsavisene.

Klassekampen hadde og en betydelig overvekt av finkulturell dekning i form av lange bokanmeldelser, debatter og kritisk journalistikk. Med «kritisk journalistikk» menes tekster som oppfordrer til debatt og som setter et kritisk og analytisk søkelys på tema, maktinnehavere eller lignende i tråd med pressens demokratiske samfunnsoppdrag. Både VG og *Dagbladet*

¹⁸ Røysengs rapport er tilgjengelig fra Kulturrådets nettsider: <http://kulturradet.no/documents/10157/154222/Kunstkritikk080101P.pdf>

hadde helt klart større fokus på populærkulturen, noe ikke kan sies å være overaskende. TV-programmer, film og populærmusikk dominerte kultursidene, og var i høy grad underholdningsrettet. Disse avisene, spesielt VG, var svært personorienterte i sine kultursaker. Artiklene presenterte stort sett personlige historier i form av intervju eller reportasjer, fremfor den kulturelle begivenheten i seg selv. Kulturdekningen var i liten grad kritisk og handlet minimalt om kultur. *Dagbladet*, kjent som det gamle radikale kulturorganet strever til en viss grad med å leve opp til sin status som ettertenksom, intellektuell kulturavis og hardtslående tabloidavis på en og samme tid. Mesteparten av kulturstoffet befinner seg i stor grad i sistnevnte kategori.

I *Bergens Tidende* var litteratur og musikk best representert både høyt og lavt, i tillegg til scenekunst. Kartleggingen viste og at billedkunstdekningen slik den framsto i BT var svært lokalt forankret, og bestod av bybanekunst, intervju med Gunnar Danbolt, reportasje om bergenskunstneren Morten Traavik og om Bergen Kunsthalls byggeprosess. Solhjell mener at medier kan plasseres inn på ulike posisjoner i kunstfeltets sosiale rom. Hvert medium har sin leserkrets, der redaktørene i de ulike mediene prioriterer de stoffområdene som hovedtyngden av leserne er interesserte i. Har et medium bildekunstkritikk, prioriteres kritikker av den typen utstillinger leserne besøker mest. Jo mer lokalt og regionalt mediet er, jo mer lokalt og forankret blir også de utstillingene som dekkes. Mediets nedslagsfelt bestemmer kritikernes radius (Solhjell 2012:119).

6.2.2 Innhold og sjanger- kategorisering

For å få en oversikt over billedkunstmaterialet, er det utformet noen innholdskategorier tekstene er plassert i, samt sjanger. Kategoriene er basert på det innholdet som opptrådte hyppigst i denne perioden.

- **Munch:** artikler hvor hovedfokuset ligger på Munch, det være seg Munch-museets plassering, Munch-jubileet eller forvaltning av kulturarven etter Munch
- **Kulturpolitikk/Politikk/Økonomi:** store summer, høye verdier for et verk, kunst som investeringsobjekt, statlig budsjetter
- **Kjent person:** en kunstner eller historisk person som er svært kjent nasjonalt eller internasjonalt på billedkunstfeltet.

- **Nerdrum:** saker vedrørende den norske billedkunstneren kunstneren Odd Nerdrum. Nerdrum har fått egen kategori grunnet all medieoppmerksomheten han har fått de siste årene, spesielt i forbindelse med skattesaken.
- **Utstilling**
- **Arkitektur/utsmykning:** artikler som omtaler eller anmelder kunstnerisk utsmykning, ofte i forbindelse med ny arkitektur eller offentlige bygg
- **Annet**

På denne måten blir det lettere å identifisere hva billedkunstdekningen består av i denne perioden, og hva pressen fokuserer på.

Sjangerinndeling

Tekstene fra kartleggingen er også kategorisert inn i vanlige journalistiske sjangre, bortsett fra et par kategorier som jeg har modifisert noe selv.

- **Debatt:** aktuell konflikt/diskusjon/problemområde vedrørende et tema, en situasjon eller en hendelse som omhandler billedkunst/billedkunstnere
- **Kunstnyhet:** en bred kategori med aktuelle nyheter som handler om billedkunst
- **Anmeldelse:** kunstkritikk av et aktuelt verk skrevet av en anmelder. Jeg velger å bruke termene «kunstkritikk» og «anmeldelse» om hverandre fremfor å skille de.
- **Reportasje/intervju:** om billedkunst, kunstner eller andre aktører som er involvert på feltet
- **Kulturtips:** for eksempel at redaksjonen tipser om en utstilling hvor de beskriver utstillingen, hvor det er, evt. hvorfor man burde få med seg dette. En slags omtale/opplysning eller anbefaling som er mindre omfattende enn en kunstkritikk.

Jeg var også interessert i å finne ut i hvilken grad redaksjonene bruker frilansere, eller om de har faste kulturjournalister som dekker billedkunst. Det er nemlig ikke alle redaksjoner som har en kompetent kunstkribent som er spesialist på området. Det kan derfor være fruktbart kvalitetsmessig å hente inn en ekstern person med faglig bakgrunn og erfaring, fremfor en «all-around» kulturjournalist som skal dekke ulike kunstfelt og arrangement.

6.2.3 Tendenser

Munch-debatten utgjorde majoriteten av materialet, med hele 19 tekster av 57 i dagspressen. Det betyr at cirka en tredjedel av alle tekstene som omhandler billedkunst gjelder Munch, med hovedvekt på plasseringen av Munch-museet og/eller Munch jubileet. Denne debatten, som i brede strøk gikk ut på politiske uenigheter vedrørende hvor det nye Munch-museet skulle ligge, var med få unntak en del av nyhets- og debattstoffet i avisene og blir dermed en sentral del av den kvalitative analysen videre. Jeg kommer derfor tilbake med en mer detaljert bakgrunn for debatten i denne delen. Noe påfallende med funnet er at alle Munch-sakene bortsett fra én, fremkom i dagspressen. Blant de 20 sakene som omhandlet billedkunst i ukeavisene, var kun én tekst om Munch å finne i *Morgenbladet*, og dette var et lite leserinnlegg, altså ikke-redaksjonelt. Over halvparten av alle Munch-sakene ble publisert i *Aftenposten*. *Aftenposten* er en Oslo-avis med en markert kulturell profil og betydelig politisk innhold, noe som forklarer engasjementet rundt Munch, spesielt i forbindelse med Munch-museets plassering i hovedstaden der Oslo-politikerne hadde en sentral rolle i debatten. I mitt materiale finnes det alt fra leserinnlegg fra borgere som ytrer sin mening om debatten, reportasjer om offentlige utredninger, budsjett og Munchs kunstnerskap generelt, til intervjuer med politikere, kulturfolk og kunstnere som er direkte involvert eller har en mening om saken. Det finnes også redaksjonelle artikler hvor journalister lufter sin frustrasjon over politisk tautrekking eller andre synspunkter de måtte ha i forbindelse med håndteringen av Munch. «Kulturpolitikk/Politikk/Økonomi» utgjorde altså 15 %, hvor det blant annet var nyheter om stenging av museum, og om økonomisk støtte til kunstnere.

Munch-dekningen, særdeles i *Aftenposten*, kan relateres til Peter Larsens analyse (2001) av kulturnyhetene på NRK P1, hvor han finner to sentrale *henvendelsesformer*: Overlæreren og Journalisten. *Overlæreren* forteller og vurderer med autoritet, og henvender seg til en kulturinteressert lytter som vil holde seg oppdatert på dette feltet, gjerne innenfor finkulturen. *Journalisten* henvender seg til den moderne lytter, som er mer interessert i konflikter, kulturpolitikk og kulturøkonomi, som ofte opptrer i en sjanger som reportasjen (Østbye, mfl. 2013:73). *Aftenpostens* henvendelsesform i Munch-debatten er altså Journalisten, da de hadde flere reportasjer på kultursidene om Munch-striden som fokuserte nettopp på konflikt, økonomi og politikk. Debattsjangeren utgjorde cirka 37 % av billedkunststoffet, hvor godt over halvparten hadde Munch som tema. Cecilie W. Lund har i sin rapport (2000) delt opp norske avisers kulturjournalistikk i ulike sjangre, hvor hun fant ut at de fleste artiklene på kultursidene i norske presse er nyhetsartikler, noe som også reflekteres i Munch-dekningen.

Kulturjournalistikken er med andre ord preget av nyhetssjangerens krav til oppbygging, fortellerteknikk og form. Artiklene befinner seg riktignok på kultursidene, men måten kulturstoffet blir dekket på er i stor grad bygget på nyhetsjournalistikkens kriterier. Selv om *Aftenposten* hadde dette fokuset i det aktuelle tidsrommet, utgir de også kulturmagasinet *Aftenposten K*. Magasinet er i tillegg representert i bloggformat (www.kmag.no). Her er billedkunst representert i hvert nummer, i form av reportasjer der de møter ulike kunstnere, anmeldelser og andre tekster.

Utstillinger utgjorde 13 % av funnet. Disse tekstene er alt fra korte og overfladiske omtaler av kommende eller aktuelle utstillinger som tar opp liten spalteplass på kultursidene.

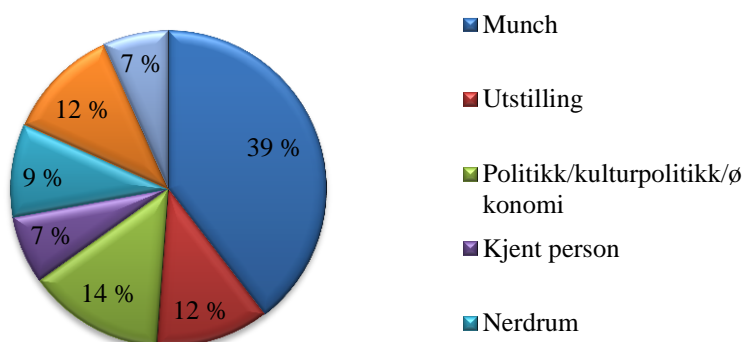
Anmeldelser var det svært få av. Totalt i dagspressen fantes fire anmeldelser, der to av de var anmeldelser av konserthus. Sosiolog og kunstviter Dag Solhjell, påpeker misforholdet mellom det aktuelle misforholdet mellom kunstaktiviteten og anmeldelser. Hvis vi går tilbake til 1940 - 50-tallet, så var det opptil fem kunstanmeldere per utstilling, og alle utstillinger ble anmeldt. Solhjell mener at man som kunstner i dag er heldig om du i det hele tatt blir anmeldt siden dette gjelder kun omlag hver tiende utstilling.¹⁹ To av de resterende anmeldelsene fantes i *Aftenposten* og *Klassekampen*. Noe overaskende var det å ikke finne en eneste anmeldelse i *Dagbladet*. Larsens undersøkelse viste at *Dagbladet* var avisen som var størst på billedkunst og scenekunst i 1964, noe som bekrefter at avisen på det tidspunktet var for de kunst- og kulturinteresserte (Larsen 2008:304). Denne undersøkelsen slo og fast at anmelderiet er en av de viktigste sjangrene hos avisen, der hver fjerde kulturartikkel i 1964 og 2005 var en anmeldelse (ibid:313). I så fall var ikke billedkunst godt representert i anmelderiet. Min kvantitative kartlegging gir inntrykk av at *Dagbladet* ikke fremstår som en avis for de kunst- og kulturinteresserte.

«Kjent person» utgjorde 8 % av artiklene. Her finnes eksempelvis mindre saker som «Tilbudt tusenlapp for Rembrandt maleri» (VG, 25.08.12) og reportasjer om «Hitlers kunstsatt» (*Dagbladet*, 28.02.12.). «Arkitektur og utsmykning» på 7 % omfatter saker som f.eks. «Her blir det ny bybanekunst» (BT, 15.09.12) til offentlige bygg og kunstnerisk utsmykning av disse. «Nerdrum» dukket opp to ganger i forbindelse med skattesaken, og «Annet» kategorien består av saker der hovedfokus var ubestemmelig, eller ikke gikk inn under noen av de andre kategoriene.

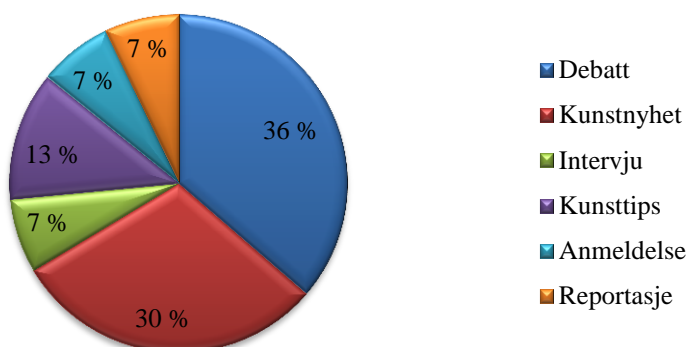
¹⁹ Kilde: http://www.fineart.no/doc/bak_kulissene

Diagrammer dagspresse

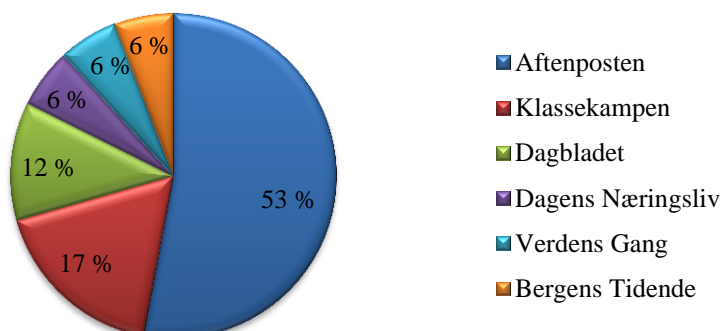
INNHOLD DAGSPRESSE



SJANGER DAGSPRESSE



MUNCH DAGSPRESSE



6.2.4 Oppsummering

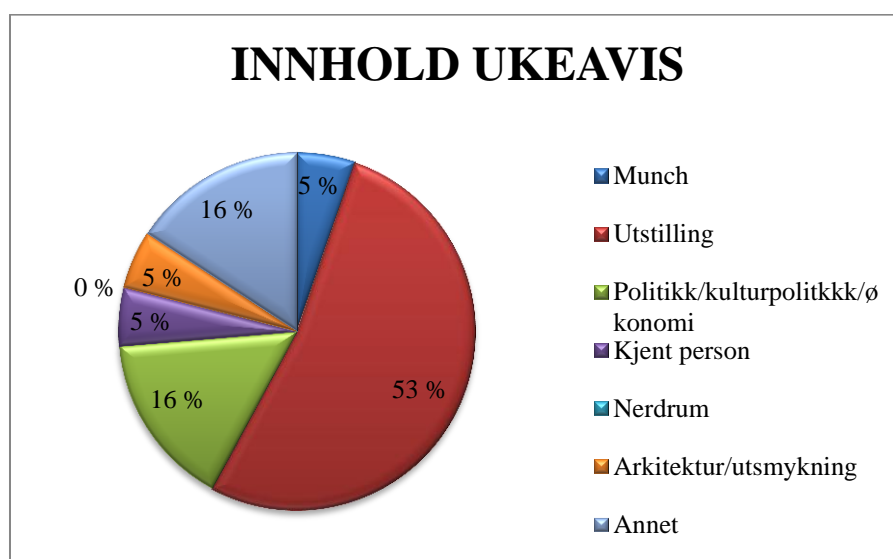
Den kvantitative kartleggingen kan altså peke på visse temaer og tendenser som går igjen i dagspressens billedkunstdekning i denne perioden:

- Debatt og kunstnyheter de de sjangerne som utgjør majoriteten av billedkunstdekningen.
- Munch tar opp en betydelig del av dekningen, hvor konflikt, økonomi, politisk uenighet og offentlige bygg er sentrale momenter. *Aftenposten* står for det meste av Munch-dekningen.
- Den norske kulturarven Munch og hans kunst- den «nasjonale skatten» omtales hyppig, og blir allment ansett som verdifullt for Norges kulturarv, både av journalister, kulturarbeidere og av borgere.
- Strukturelle og økonomiske forhold på billedkunstfeltet vies større plass enn kunstnerisk virksomhet og kunstnerisk produksjon
- Personfokuset var stort i populæravisenes kulturdekning ellers, men *ikke* i billedkunstdekningen i denne perioden. Lengre reportasjer og artikler om kunstnerisk virksomhet eller portrettintervjuer av kunstnere var det i sin helhet svært lite av.
- Anmeldelser var det få av i forhold til forventet, der to av de totalt fire anmeldelsene i utgangspunktet var av konserthus med kunstnerisk utsmykning som en del av anmeldelsen. *Klassekampen* og *Aftenposten* er de eneste avisene med anmeldelser i dette tidsrommet.
- *Bergens Tidende* er svært lokalorientert i sin billedkunstdekning, hvor offentlig utsmykning i Bergensområdet, lokale kunstnere og aktører tilknyttet feltet står sentralt.

Oppsummeringen viser hvor mye en enkeltstående sak kan prege mediebildet og enkelte avisers innhold i en viss periode. Det viser og hvilke prioriteringer dagspressen har kontra ukeavisene. Hovedtendensene som går igjen i denne dekningen er altså fokuset på **konflikt**, **politisk uenighet** og forvaltningen av **kulturarven** Munch. Selv om kunstnerisk virksomhet ikke var det mest omtalte, var det heller ikke kunstneren som person og hans/hennes private anliggender og opptreden som sto sentralt i dekningen, som vi eksempelvis har sett i forbindelse med norske kunstnere som Odd Nerdrum, Bjarne Melgaard og Marianne Aulie. Terje Risbergs ytring om at medienes interesse for billedkunstnere helst begrenser seg til «deres drikkevaner og livsførsel, ispedd kledelige hentydninger til Inspirasjonen og Det Frie Kunstnerlivet» reflekteres altså i liten grad i mitt materiale.

6.3 Ukeavisene

I *Morgenbladet* og *Dag og Tid* fant jeg 350 kultursaker tilsammen hvor 19 av disse dreide seg om billedkunst, noe som tilsvarer snau 5 %. I forhold til annen kulturdekning hadde *Morgenbladet* en betydelig overvekt av litteraturdekning (i likhet med *Klassekampen*), mens *Dag og Tid* hadde i tillegg mye poesi. I ukeavisene- som i hovedsak kun gjelder *Morgenbladet*, i og med at dekningen var svært liten i *Dag og Tid* og ikke kan bidra med en særlig representativ fremstilling, er fokuset på anmeldelser, utstillinger og reportasjer klart mer fremtredende enn i dagspressen. I *Dag og Tid* gjorde jeg kun to funn; «Kåre Tveter²⁰ er død» (23.02.12) og «Nasjonalmuseum må stengja» (15.10.12). «Vekeavisa for kultur og politikk» er altså ikke førstevalget blant avisene dersom du vil lese om billedkunst. Tekstene i *Morgenbladet* er stort sett lengre og mindre samfunnsrelatert enn i dagspressen. Det er altså få nyheter i forbindelse med billedkunst, som f.eks. strukturelle eller økonomiske forhold knyttet til feltet. Majoriteten av billedkunstdekningen i ukeavisene består av tekster om utstillinger av aktuell kunst i form av anmeldelser og kunsts tips med kunstkritiker Tommy Olsson som hovedformidler. ”Olsson anbefaler” blir ikke regnet som en ren anmeldelse, da dette kun er en kort omtale av en utstilling eller lignende han mener leserne burde få med seg av en eller annen grunn, og er derfor plassert under ”kunsts tips”. Avisen hadde og et par lengre reportasjer om to aktuelle kunstnere og deres virksomhet.



²⁰ Kåre Tveter er en norsk maler (f. 1922, d. 2012), som i hovedsak malte landskap. Nasjonalmuseet/Museet for samtidskunst i Oslo eier en rekke av hans malerier og akvareller (Kilde: http://snl.no/K%C3%A5re_Tveter)

6.3.1 Oppsummering

- Det er helt klart at *Morgenbladet* og *Dag og Tid* er to ulike aviser. Sistnevnte avis har svært liten billedkunstdekning med to tekster, hvor begge er kunstnyheter og ren faktaformidling
- *Morgenbladets* billedkunstdekning henvender seg i langt større grad til de med bakgrunnskunnskaper og interesse for billedkunst, og har ikke det nyhetsfokuset som dagspressen har. Strukturelle og økonomiske forhold utgjør en svært liten del av materialet i forhold til publikasjoner angående kunstnerisk virksomhet og utstillinger
- Munch-debatten er overhodet ikke fremtredende i ukeavisene, med unntak av et leserinnlegg. Redaksjonelt er altså Munch ikke-eksisterende i denne perioden, noe som skaper en stor kontrast til dagspressen der Munch sto for mesteparten av dekningen
- *Morgenbladet* er i langt større grad enn dagspressen formidler og veileder i forhold til kultur, noe som vises gjennom antall publikasjoner angående kunsts tips, aktuelle utstillinger og anmeldelser
- Tommy Olsson står for det meste av billedkunstdekningen i denne perioden

Den kvantitative kartleggingen viste altså at billedkunstdekningens innhold i 2012 var sterkt preget av å dekke politisk uenighet angående Munch-museet, Munch-jubileet og hvordan kulturarven Munch skulle forvaltes i forbindelse med dette. Offentlig kunst og utsmykning av generell interesse for allmennheten var også innhold som til dels gikk igjen i denne dekningen. I ukeavisene var fokuset på anmeldelser og utstillinger langt større enn strukturelle forhold på billedkunstfeltet. Kartleggingen kunne også peke på visse tendenser når det gjaldt sjangre: få anmeldelser, spesielt i dagspressen, få lengre reportasjer og en god del mindre kunstnyheter og kunsts tips. Samtidig kom ulikheter mellom dagspressen og ukeavisene til syne, hva avisene prioriterte i sin dekning og sjangrene tekstene opptrådte i.

Det finnes altså en viss segmentering mellom avisene, hvor *Morgenbladet* produserer kulturstoff som henvender seg til en lesersgruppe som ønsker slikt stoff. I følge Larsen har nisjeavisene valgt å satse på en tydeligere og mer innholdsrik kulturprofil med større satsing på analytisk journalistikk med et skreddersydd innhold som forholder seg til lesernes interesser. Han mener disse avisene representerer ulike forsøk på å revitalisere kulturjournalistikkens idealer, ved å produsere kompetente artikler innen reportasje-, kommentar- og portrettsjangeren. De sikter på å sette personer, institusjoner og fenomener i kultur- og samfunnsliv i et nytt lys (Larsen 2009:278). Nisjeaviser med lave opplagstall gir

større plass til resonnering på kultursidene, samt til frie skribenter enn ”main stream”-pressen. (ibid.) I ukeavisene var derimot skribentene ikke frilansere, men tilknyttet redaksjonen. Det samme gjaldt for dagspressen.

6.4 Kvalitativ analyse

Mens kartleggingen gir en tallmessig beskrivelse og en grei oversikt av billedkunstdekningen på dens manifeste nivå, har den kvalitative analysen ambisjoner om å avdekke tekstens latente nivå, altså de uttrykksmessige og innholdsmessige forholdene (Østbye, mfl. 2013:63).

Utvalget av tekster til den kvalitative analysen er basert på gjennomlesning av tekstene jeg fant i kartleggingen, slik at den kvantitative og den kvalitative metoden er i et komplementært forhold til hverandre. Den kvalitative analysen vil derfor ta for seg dekningen som fikk hyppig medieomtale, altså **Munch-debatten**, og **kunstkritikken**, fordi sistnevnte utgjør en sentral del av kulturjournalistikken og offentligheten som sådan, samtidig er den betydningsfull for kunstnere. På tross av dette var antallet anmeldelser færre enn forventet. Jeg oppdaget raskt at anmeldelsene jeg fant var skrevet på nokså ulike måter, og dette ville jeg undersøke nærmere.

6.4.1 Metodisk fremgangsmåte

«Tekstanalyse er ingen teknikk med en entydig oppskrift» (Østbye mfl.. 2013:64). Tekstene som danner grunnlaget for denne analysen er heller ikke av entydig sjanger eller form. I analyse av tekster kommer vi heller ikke utenom en subjektiv dimensjon. Gode ideer og evne til observasjon, systematikk og formidling er kvaliteter som styrker en tekstanalyse, som annen vitenskap (ibid:78). Allikevel er det en viss prosedyre som skal følges for å komme nærmere et svar på problemstillingen. Jeg skal derfor forsøke å:

-Gjøre rede for tekstens *kontekst* som f.eks. redaksjonell profil, tekstens brukssammenheng og sosiale funksjon. Tekstens kontekst er viktig for å forstå tekstens mening.

-*Beskrive* tekstene, i form av en redegjørelse for tekstens innholds- og uttrykksselementer. Beskrivelsen bør være styrt av problemstillingen, fokusere på tekst- og mediespesifikke ved teksten og være informert av relevante teoretiske begreper.

-Finne ut hvilket *tema* teksten har. Tema er en abstrakt bestemmelse av hva teksten dypest sett handler om. Tema er ikke direkte tilgjengelig på tekstens overflate (slik som i kartleggingen, der det heller er tekstens konkrete innhold som ble sett på). Tema befinner seg altså på det latente betydningsnivået.

-Se på hvordan teksten taler til sitt publikum, altså dens *henvendelse* (ibid:70-74).

Analysen har et retorisk tilnæringsmåte, og tar derfor sikte på å undersøke visse retoriske elementer og virkemidler: *Etos*- avsenderens troverdighet og mottakerens vurdering av den. Den retorisk faglige etos skapes i talen, gjennom talen selv. Avsenderen konstruerer sin etos gjennom de retoriske valgene han tar, gjennom synspunkter og argumenter, måten han disponerer sin tale på og ordene og uttrykkene han bruker. Det er altså ikke utelukkende en vurdering av hva som formidles, men også *hvem* som formidler (Kjeldsen 2004:115-116). Jeg vil også undersøke bruken av språkbruk. Den retoriske tilnæringsmåten vil være mest aktuell når det kommer til analysen av anmeldelser. Kritikksjangeren vurderer og resonnerer, samtidig som anmelderen på et vis prøver å argumentere for og overbevise leseren om at han/hennes bedømmelse og betraktninger er legitime, eventuelt om det er «god eller dårlig» kunst det er snakk om.

6.5 Kunstdebatt: Munch-mas og politikerkrik

Mediebildet i 2012 var, som det fremkom i kartleggingen, sterkt preget av Munch. Jeg vil derfor starte med å presentere tekstenes kontekst. Hva var bakgrunnen til Munch-konflikten, og hva gikk det ut på?

6.5.1 Bakgrunn og kontekst

I år 2013 markerte man at det var 150 år siden kunstneren ble født. Jubileets høydepunkt var utstillingen *Munch 150*, som var et samarbeid mellom stat og kommune. For å feire en av modernismens viktigste kunstnere, ble det arrangert en rekke kunst- og kulturarrangementer for å hylle Munch og rette oppmerksomhet mot hans kunstnerskap. Utstillingen ble vist i Oslo fra 2. juni til 13. oktober 2013, og var den mest omfattende Munch-utstillingen noensinne med 250 verk fra alle perioder og sentrale temaer i hans produksjon.²¹ Jubileet ble også markert utenlands, og det var stor pågang fra den internasjonale pressen.

Allikevel var det ikke jubileet i seg selv som skapte de største overskriftene i mediene. Munch-striden handlet derimot om hvor det nye Munch-museet skulle ligge- en debatt som pågikk i årevis. Siden 2002 har politikere vært uenige om museets plassering, da det først ble foreslått at det skulle flyttes fra Tøyen der det har vært siden 1963. I 2008 sier bystyret ja til Munch i Bjørvika, og i 2009 annonserte Oslo bystyre at vinneren i arkitektkonkurransen om museumsbygget var prosjektet “Lambda” av det spanske firmaet Herreros Arquitectos. Også

²¹ Kilde: <http://www.munch150.no/no/Om-Munch-150>

dette forslaget ble møtt med protester, da kritikere blant annet hevdet at høyden på Herreros bygg var i strid med Oslo kommunens egen reguleringsplan for Bjørvika. Riksantikvar Jørn Holme forlangte så en time-out i 2010. Året etter ble Lambda skrinlagt, og de ulike partiene fremmet andre forslag om beliggenhet, som Tøyen, Nasjonalgalleriet og Tullinløkka. Til og med Nerdrum kom med eget forslag om å legge museet på Frogner, på bakgrunn av hva han mente Munch selv ville foretrukket.²² 28. mai 2013 kom partiene derimot til enighet, hvor det ble det gjort kjent at det borgerlige byrådet (Høyre, Venstre og KrF) hadde blitt enig med SV om å bygge «Lambda» som nytt Munch-museum i Bjørvika, og slik sikret et flertall i Oslo bystyre. SV gikk inn for bygging av «Lambda» mot at det blir foretatt en oppgradering av Tøyen med badeland, kulturskole, billige barnehager, utescene og vitensenter (Munch-Museet, 2013). Per dags dato ligger museet fortsatt på Tøyen, og Lambda skal etter planen stå ferdig i 2018.

6.5.2 Norges kunstsatt og politisk tautrekking

Oppmerksomheten i mediene ble etter hvert flyttet fra selve beliggenheten til det at politikerne aldri klarte å komme til enighet, noe som engasjerte et stort publikum. Munch er ikke bare en kjent norsk kunstner, han er også svært kjent internasjonalt, noe som gjorde at denne museumskonflikten ble kjent utenfor landets grenser. Billedkunstner Kjell Nupen gir en god oppsummering av det generelle synet på konflikten som fremkom i media en uttalelse til *Dagbladet* (15.09.12):

Jeg synes det først og fremst er ganske skandaløst og jeg skjønner ikke at dette skal ta så lang tid. Måten vi forvalter Munchs arv på er direkte pinlig, og det er synd at det nye museet brukes som en politisk affære (Nupen, 2012).

På et mer latent betydningsnivå kan Munch-debatten i dagspressen dermed bli forstått og framstilt gjennom to diskurser slik jeg ser det: nasjonal (kulturarv) og politisk, som en slags territoriell debatt mellom partier i Oslo bystyre og andre aktører innenfor kunstfeltet. Det var med andre ord ikke billedkunst og kunstnerens produksjon som sto sentralt, men politisk konflikt og uenighet, og hvor dårlig nasjonalskatten Munch ble håndtert. I alle redaksjonelle artikler pekte dette seg ut som tema, og det var særdeles synlig etter at politikerne fortsatt ikke klarte å komme til enighet etter at rapporten om nytt Munch-museum ble offentliggjort 14. september 2012. Dagen etter kom følgende artikler på trykk i dagspressen:

²²Sammen med arkitektnebo Ole Martin Raugland tegnet Nerdrum et nytt Munch-museum, mellom Vigeland-museet og Bymuseet - på Frogner. Basert på Nerdrums skisser tegnet Raugland prøveutkast av bygningen. Kilde: http://www.dagbladet.no/2012/12/08/kultur/kunst/edvard_munch/munch-museet/odd_nerdrum/24689913/

Billedkunstdekningen i norske medier

«Alle snakker om samarbeid- ingen vil gi seg» (Aftenposten 15.09.12)

«Mange forslag- ingen løsning» (Dagens Næringsliv 15.09.12)

«Skandaløst av Norge» (Dagbladet 15.09.12)

«Bli enige. Nå.» (Dagbladet 15.09.12)

I *Dagbladets* artikkel «Skandaløst av Norge», skrives det om den norske kunsteliten med maleren Håkon Bleken i spissen, som er forbannet over oslopolitikernes behandling av Munch-museet. ”Skandaløst og typisk norsk”. ”Man forstår ikke hvor mye Munch er verdt, og det er tragisk at det går så sakte”, ytret han til *Dagbladet*. Han sier seg også enig med Nerdrum i at Norge ikke er en kulturnasjon, men i beste fall en ”skinsjon”, og at det er derfor vi ikke forstår hvor vesentlig Munch er. Skribent i avisen Andreas Wiese skriver en kommentar («Bli enige. Nå») til saken ved siden av:

I dag vil Frp ha nasjonalgalleriet. Arbeiderpartiet vil ha nytt museum på Tøyen. Høyre vil ha Lambda. Resten av oss er mest opptatt av at vi vil ha en beslutning, et flertall og en byggestart nå (Wiese, 15.09.12)

Det var altså ikke bare kulturaktører som engasjerte seg i denne debatten. I den kvantitative kartleggingen fantes det også flere leserinnlegg og eksterne bidrag vedrørende bevaring av kulturarven, Munch-museet og Munch-forskning. Debatten om museet var riktignok en politisk motivert debatt vedrørende et offentlig bygg i hovedstaden, men bakgrunnen for oppmerksomheten var nettopp Munch og hans betydning som kunstner for Norge, men og i en internasjonal sammenheng. Journalistene fyrte opp under denne konflikten, og la heller ikke skjul på hva de mente om saken både i kronikker og reportasjer, direkte eller indirekte. Det virker som om mediene oppfattet hele striden som nokså patetisk og langtekkelig, ut ifra formuleringer som f.eks. beskrev det som «en trist forestilling» med «mange løse tråder» hvor «mye er uklart». «Skrik har lenge stått som en god illustrasjon til Munch-krisen. Nå siger vi dypere ned i myra. Vi nærmer oss «Melankoli» (*Dagbladet* 15.09.12). Man får et nokså klart inntrykk av at avisene til en viss grad setter politikere og politiske interesser opp i mot hverandre i media, - en slags «splitt og hersk» tendens eller en polarisering av konflikten, noe som antakeligvis økte presset til å fatte en beslutning i saken. Fra retorikken og dramatikken vet vi at spenning skapes ved at et saksforhold fremstilles som et konfliktforhold, der en nyhetssak ofte bygges opp gjennom flere artikler eller innslag som en spenningsrekke. En slik mediedramaturgisk formidling, tar gjerne form av en føljetong. Et mediedrama utspiller seg gjennom flere akter, i et samspill mellom journalistens innsats og andre aktørers og kildes

medvirkning og initiativ (Eide 1992: 96-97). Munch-saken har preg av å være en slik dramatisk medieføljetong. Habermas mente på sin side at den offentlige diskusjonen var blitt forretning, og at den formaliserer seg ved at posisjon og mot-posisjon er forpliktet ovenfor visse spilleregler for underholdning (Habermas 1971:152). Munch-konflikten med spenningsforholdet mellom de politiske interessene har definitivt et slags underholdningspotensiale, der leserne venter spent på den endelige avgjørelsen.

Når Andreas Wiese skriver at «resten av oss» vil ha en beslutning, fremstilles det hele som at borgerne (der inkludert pressen) danner et lag, mens politikerne danner det andre laget. Redaksjonene er flinke til å illustrere uenighetene gjennom layout, med bilder av de involverte og tegninger av museumslokasjonene, samt og lister med «fordeler og ulemper» ved de ulike museumsforlagene. Partienes synspunkter blir også klart skissert- helst representert ved en person, som f.eks. et bilde av FrPs Carl I Hagen med et personlig og treffende sitat under.

Les
mer

Dagens leder. «Utredningene gir partiene handlefrihet. Det må de utnytte til å samle seg om en flertallsløsning.» Les på side 2

På
nett

Liten publikumsvekst. Konsulentene bak de nye Munch-utredningene tror ikke på mer enn 220 000 besøkende til Tøyen-alternativene. Les mer på ap.no/kultur



Libe Rieber-Mohn (Ap): «Jeg håper bystyret er i stand til å fatte beslutning»



Øystein Sundelin (H): «Det finnes ikke noen billigere, raskere eller kunstnerisk bedre løsninger enn Lambda»



Carl I Hagen (Frp): «Jeg vil ikke si noe om Tøyen. Det er uaktuelt problemstilling for meg»



En norsk kosemordkveld i teatret er langt å for dårlig TV-krim, mener Mona Levin om *De dodes tjern*

Scenografien alene er verdifulle kvarter med psykologisk kr

Freudiansk kosemord

Teater
De dodes tjern

Av Bernhard Borge
Centralteatret
Regi Cathrine Telle/Permille
Skaansar
Spilles til 18. oktober

Artig, men ikke veldig vesentlig

Det er mye godt å si om teater-versjonen av *De dodes tjern*, bygd over André Bjerkes psykoanalytiske krim og skrevet under navnet Bernhard Borge i 1942. Mye har skjedd siden da, også at Freuds teorier, som Bjerke var så opptatt av, er blitt ganske filleristet i mellomtiden. Nettopp det gir stykket en artig eim av noe forgangent, som når man blir sittende og glo på en gammel film på TV. Og det er akkurat hva vi gjør – men vi ser altså både bok og ikonisk film i teatret. «Ser bok» i betydningen at dette er en kombinasjon av forteller-teater og radioteater (og litt skoleteater).

Filmen ser vi gjennom Bård Lie Thorbjørnsens scenografi og Rolf Christian Egseths lysdesign, og vi hører den i Steffen Hofseths lydbylde. Hva disse tre har fått til av skummel skog, tåkelagte myrer, kaldt månelys, bunnløse tjern og skrekkevekkende fugleskrik på Centralteatret, er imponerende.

Oslo-tonen

Mye av det vi burde sett av handlingsforløpet, blir fortalt av Borges «jeg», som en glad vandrer ut og inn av episodene på Oslo Vest, i og rundt en hytte i skogen. Jeg'et, en krimforfatter med skivesperre,

er velspilt sn underfundig skikkelse. Ha urbane Oslo ganske ny i nå tiden roman som særlig h Centralteatret Denne nye i Wenche Fos den er avher god diksjon. te laget av u har en del å l er sluking av mer som går replikker og feil, men særl er tempo og kjapp, lettbe tisk. Et visst c sikket støvpr sjarmende

Død og jitter!

En vennegje feirer en nytt på Drammen på impuls til den forsvun av gjestene, mot Blåtjern ha blitt trukk lige tråder, o sine liv. Gjen, nen, type tra druknet i tjer de jitterbug. I da, han må n

Flere mord synes å affise lig, heller ikke Vi lar oss und ket, men bryr Man kan spot romanen er l en så krimbe er svaret opf en norsk kos atret er bedi krimmer på fien alene er **Mona Levin**



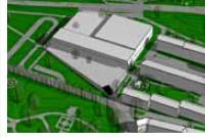
Tøyen Sirkustomt (2A)

- ▶ Nytt museumsbygg på tomt mellom eksisterende museum og nytt veksthus.
- ▶ Skal inneholde både Munch- og Stenersenmuseet.
- ▶ Høyde: fra to til fem etasjer.
- ▶ Reguleringsrisiko: Stor, på grunn av bygging i friområder.
- ▶ Størrelse: 12 300 kvm programareal, 20 910 kvm bruttoareal.
- ▶ Stenge: 1 års «nedetid» for Munch-museet i flytteperioden.
- ▶ Besøktall: 200 000-220 000 pr år.
- ▶ Fremdrift: 9 år, kan stå ferdig i 2022.
- ▶ Kostandsramme: 1707 mill.



Tøyen, ombygging og tilbygg (2B)

- ▶ Rehabiliterer eksisterende museumsbygg på Tøyen og bygge nytt tilbygg
- ▶ Skal inneholde både Munch- og Stenersenmuseet.
- ▶ Rive eksisterende inngangspaviljong, erstatte med nytt og større tilbygg på 3 etasjer.
- ▶ Regulering kan by på problemer, p.g.a bygging i friområder.
- ▶ Størrelse: 12 300 kvm programareal, 20 865 kvm bruttoareal.
- ▶ Stenge: 4,5 års «nedetid».
- ▶ Besøktall: 200 000-220 000 pr år.
- ▶ Fremdrift: 9,5 år, kan stå ferdig i 2022.
- ▶ Kostandsramme: 1595,1 mill.



Tøyen, nybygg og riving (2C)

- ▶ Rive eksisterende museumsbygg på Tøyen og bygge nytt museum på eksisterende tomt.
- ▶ Skal inneholde både Munch- og Stenersenmuseet
- ▶ Reguleringsrisiko: middels/lav.
- ▶ Størrelse: 12 300 kvm programareal, 20 910 kvm bruttoareal
- ▶ Stenge: 4,5 års «nedetid»
- ▶ Besøktall: 200 000-220 000 pr år
- ▶ Fremdrift: 9,5 år, kan stå ferdig i 2022.
- ▶ Kostandsramme: 1715 mill.
- ▶ Anbefalt av utrederne som beste alternativ på Tøyen.

6.5.3 Språk og formuleringer

Språklig sett er Munch-striden og «museumskabalen» sterkt preget av negative metaforer og besjelinger, som f.eks. ved at journalister bruker Munchs verk «Skrik» og «Melankoli» som betegnende for hele konflikten. «Museumskabalen», politisk «tautrekking» og «stillingskrig» var også blant karakteristikkene som ble brukt for å illustrere situasjonen. Journalist Andreas Wiese bruker *allegorien*²³ som en utvidet eller større metafor hvor hele fremstillingen av politikernes konflikt forstås i overført betydning (Kjeldsen 2004:202): «For de stridende vil de kunne bruke dem [OPAKs rapporter]²⁴ til å hente ny ammunisjon til fortsatt skyttergravskrig» (*Dagbladet* 15.09.12). Denne kampmetaforikken er ellers synlig i journalistisk dekning av valgkamp, der det politiske spillet blir fremstilt slik at politikk forstås som en strid eller et spill mellom ulike parter.

Kulturarven Munch og hans kunstnerskap er derimot omtalt i andre enden av skalaen i positive ordelag. Det er også forskjeller på språklige formuleringer i forhold til *hvem* som uttaler seg om saken. Ut fra materialet er det ingen tvil om at Munch også verdsettes høyt som en «en betydelig internasjonal kunstsatt», både av kunstnere, kulturfolk og vanlige borgere, og det uttrykkes et ønske om at Munch-samlingen burde få «det museet han fortjener» fordi han er en del av «kunst- og kulturarven». Munchs kunstneriske verdi fastslås altså som storlikevel er det få som snakker om hvorfor. Jonas Gahr Støre og vår daværende kulturminister Anniken Huitfeldt er de eneste som sier noe om Munchs kunst i en reportasje publisert i *Aftenposten* (06.02.12):

Opplevelsen ble rett og slett gripende. Maleriene tar tak i deg; de har den magi Edvard Munch må ha hatt selv, en magi som griper mennesker. Det skal ikke mye Munch til før det blir mye (Støre, 2012).

Anniken Huitfeldt nevner Kjetil Bjørnstads biografi av Munch, som hun mener «viser hvor stort og rikt materiale Munch etterlot seg skriftlig» (Huitfeldt, 2012). Denne reportasjen handlet primært ikke om museet, men om promotering av Munch internasjonalt.

²³ Definisjon på allegori hentet fra Jens Kjeldsen (2004:202).

²⁴ OPAK er et selskap som tilbyr kompetanse av rådgivningstjenester til bygg-, anleggs- og eiendomsmarkedene. De fikk ansvar for utredningene angående lokaliseringer av et nytt Munch-museum, og presenterte resultater og hovedfunn fra utredningen i disse rapportene i 2012. Kilde: <http://www.oslo.kommune.no/article235282-7690.html>

På 1800-tallet ble Munchs ekspresjonisme betraktet som kontroversiell og omstridt av både av allmuen og kunstkjennere, grunnet hans urealistiske malerstil, hans motiver, og fokus på tema som lidelse, sykdom, fattigdom og angst- inspirasjon han hentet fra egen livserfaring. Munchs intensitet representerte en sterk kontrast til samtidens idylliske og uproblematisk bilder. Hans kunst ble altså ikke regnet som estetisk skjønn og vakker, men stygg. I dag betraktes han som en av de fremste kunstnerne innenfor ekspresjonismen. En av hovedgrunnene til kunstnerens popularitet, er bildenes grunnleggende og evige temaer som fortsatt er aktuelle i dag. Munch blir regnet som en verdifull skatt som vi i Norge er stolte av, og heldige å eie. Behandlingen av Munchs arv er derfor et nasjonalt anliggende, som i denne museumsdebatten blir til partipolitikk. Ytringene i pressen om at Munch er viktig signaliserer at kunsten blir oppfattet på et nivå høyere enn politikken, allikevel er det partipolitikk og prislapp som avgjør hvordan kulturarven skal forvaltes.

6.6 Kunstkritikk

Denne delen av analysen tar sikte på å sette de aktuelle anmeldelsene inn i retorisk sammenheng. Først vil jeg presentere anmeldelsenes²⁵ konkrete innhold og se etter enkelte journalistiske kriterier for anmeldelsen. Deretter vil jeg gå nærmere inn på det rent retoriske- hvilke klassiske retoriske grep som tas i bruk språklig, hvem anmelderen henvender seg til, og hans/hennes etos som anmelder. Følgende anmeldelser utgjør analysegrunnlaget:

-«Mangelfullt om kunst av musikk» av Kjetil Røed. (Aftenposten 15.09.12).

-«Den teatraliske hverdagen» av Øivind Storm Bjerke (Klassekampen 21.03.12)

-«Wam-bam, the painter man!» av Tommy Olsson (Morgenbladet 10.02.12)

-«Den lengste dagen» av Tommy Olsson (Morgenbladet 13.04.12)

-«Og ordene faller som stille regn» av Tommy Olsson (Morgenbladet 23.03.12)

-«En postmoderne krambu» av Ingvild Krogvik (Morgenbladet 05.10.12)

Jeg har i hovedsak valgt å fokusere på anmeldelsene til Tommy Olsson, og Kjetil Røed. Jeg vil påpeke at så få anmeldelser danner et for tynt grunnlag for å si noe generelt om den enkeltes kritikerpraksis og stil. Jeg forholder meg derfor til det gitte analyse materialet når jeg trekker konklusjoner ut fra egne fortolkninger. Anmeldelsene kan allikevel gi en pekepinn på

²⁵ Anmeldelsene av konserthusbygg er utelatt, fordi de primært ikke anmelder et billedkunstlig verk.

forskjellene mellom kritikere, og kritikere i dagspresse kontra ukepresse. Tekstene er nøye gjennomlest, men jeg kommer ikke til å analysere hver enkelt tekst detaljert.

6.6.1 Kunstkritikk- kriterier

En av aviskritikkens overordnede funksjoner, er å formidle estetisk erfaring, der kritikerens kunstopplevelse vil stå sentralt. En kritiker må ikke bare forholde seg til analysen av et kunstverk, men også til journalistiske kriterier og det journalistiske format. I følge forfatter av *Det danske anmelderis historie* (1994), John Chr. Jørgensen, er kritikken også underlagt journalistiske vurderingskriterier, som nyhetssans, komposisjon, formidlingsevne og gjennomslagskraft (Skog, 2002).

Dag Solhjell har også utformet en «Hustavle for kritikere»²⁶ (Solhjell, 2010), der han redegjør for hva kunstkritikk skal formidle, hva kritikerrollen innebærer og hvilke brukergrupper man skriver for. Han legger særdeles vekt på at kvalitetsbedømmelsen er subjektiv, men begrunnelsen er objektiv. Solhjell mener det er tre kritikksjangre som på ulikt sett søker å imøtekomme det objektiverende krav: *den begrunnende, den subjektiverende og den beskrivende*. Førstnevnte står for en tradisjonell kritikk, der han/hun redegjør for egne kriterier for kunstnerisk kvalitet, og gir en bedømmelse. Den subjektiverende bringer seg selv inn i kritikken og understreker det subjektive, mens den beskrivende befinner seg mellom disse to ytterpunktene, og avholder seg både fra en begrunnelse og bedømmelse (Solhjell 2012:117). Ifølge Wright Lund befinner kunstkritikken seg i en posisjon mellom kunstverket og offentligheten, forstått som en grunnleggende og historisk forventning til kunstkritikken som sjanger. Kritikerens skal vurdere både verkene og de kunstneriske virkemidlene som er brukt konkret gjennom «en beskrivelse av verket, gjerne satt i en kort kunstnerisk/historisk sammenheng, samt en beskrivelse [og] vurdering og utforskning av de kunstneriske virkemidlene» Hun mener at verken samtiden eller fortidens kunstkritikk har holdt seg ensidig til en slik kategorisering (Wright Lund 2000:10-11).

6.6.2 Dagspressens anmeldelser - konservative og beskrivende

Utstillingen «I wish I was a song» anmeldt av Kjetil Røed i *Aftenposten* (15.09.12), inkluderte verk fra diverse kunstnere og ble vist på Nasjonalmuseet, Museet for samtidskunst.

Utstillingen handlet om hvordan musikken har påvirket kunsten og omvendt. Anmeldelsens komposisjon er bygd opp slik at utstillingens tema blir presentert først, deretter en saklig

²⁶ Tilgjengelig elektronisk via KODEs brosjyre i forbindelse med utstillingen BGO1: http://www.bgo1.no/book_image/bgo1.pdf

beskrivelse av hva man kan forvente å se av verk, før selve kvalitetsbedømmelsen med begrunnelse gjør seg gjeldende. Solhjells hovedpoeng i «Hustavle for kritikere», er at hvis bedømmelse av kvalitet er fraværende, er det ingen kritikk. Og hvis det ikke er en begrunnelse, er det ingen rettferdiggjøring av kritikken. Kvalitetsbedømmelse er subjektiv, begrunnelse er objektiv (Solhjell, 2010). Røed karakteriserer blant annet utstillingen som «mangelfull», «intetsigende» og «historieløst», noe han begrunner på følgende måte:

Når man tar høyde for å belyse forholdet mellom kunst og musikk, er det rimelig å forvente seg en sosial, kulturell eller historisk betraktning som bringer oss videre inn i refleksjonen rundt temaet [...] Det finnes sterke tradisjoner både i Norge og internasjonalt som kunne blitt berørt. At dette i liten grad skjer, fremstår som historieløst, mot bakgrunnen av valgene som er tatt. (Røed, 15.09.12)

Videre kommer han med konkrete eksempler på hvordan verkene kunne vært prioritert annerledes. Røed stiller også spørsmål til utstillingen som kan bidra til videre diskusjon, som hvorfor den faktiske lydkunstscenen har blitt nedprioritert. Ved å henvise til disse eksemplene kan man argumentere for at Røed grunngir sin kvalitetsdom og sine synspunkter objektivt, og rettferdiggjør kritikken. Bruk av ordene «jeg», «meg» eller «min» forekommer heller ikke. Hvis disse ordene opptrer ofte i en anmeldelse, blir kritikken med det helt subjektiv og derfor uten objektiviserende perspektiv. Anmelderen synes da å bruke en egen, personlig smak som begrunnelse for dommer om kunstnerisk kvalitet. Det fører til at teksten blir uten interesse som kritikk (Solhjell, 2010). Et annet moment for en moderne kritiker, er at han ikke kritiserer bare kunstnere, men også resultater av kuratorisk virksomhet (ibid.). Røed mener utstillingen hadde en «snodig oppdeling» og er uklar, fordi å inkludere et supplerende kunstfelt som dans «forkludrer snarere enn klargjør helheten». Til tross for smålunken kritikk, kan anmeldelsen også oppfattes som noe «diplomatisk» og nyansert ved at den fremmer det som er positivt-både ved at utstillingen har «en god idé», «gir oss et interessant perspektiv å tenke fra», og «i utgangspunktet en viktig øvelse for å skape seg et bilde via kunsten både historisk og kulturelt» (Røed 15.09.12).

Kjetil Skøiens utstilling «A place for living with the Other»²⁷ anmeldt i *Klassekampen* (21.03.12) av Øivind Storm Bjerke²⁸ bærer også preg av en saklig beskrivelse i likhet med Røed. Anmelderen bruker mye spalteplass på å beskrive de ulike verkene som utgjør Skøiens

²⁷Utstillingen retter oppmerksomheten mot hvordan man møter andre mennesker gjennom individuelle, sosiale, kulturelle og ideologiske forestillinger og fordommer. Gjennom videoene blir det spørsmål om hvordan man ser på andre mennesker, der verkene problematiserer blikket i direkte eller indirekte forstand. Kilde: https://underskog.no/kalender/85237_kjetil-sk%C3%B8ien-a-place-for-living-with-the-other/forestilling/131591

²⁸ Øivind Storm Bjerke er professor i kunsthistorie ved Universitetet i Oslo.

utstilling, bestående av ti videoarbeider av ymse slag, der kunstnerens tekster arbeider med egne fantasier om hva som blir sagt, fremfor å oversette. To andre utstillinger som ble vist samtidig på Stenersenmuseet blir også tatt med i anmeldelsen; Cig Harveys fargefotografier av egen hverdag, og Rodrigo Petrellas fotografier av dagliglivet blant urfolk. Disse utstillingene blir kun kommentert i to avsnitt, da Skøiens utstilling tydelig er hovedutstillingen som anmeldes. Storm Bjerke konkluderer med at Skøien fremstår som en «mester i slike indirekte manipuleringer» av videoarbeidene, ved at kunstneren griper inn i selve bildet og fikser på det i form av fysiske inngrep. Alt i alt fokuseres det primært på betrakterens resepsjon av utstillingen: «Det upolerte visuelle språket gir en opplevelse av nærhet og autensitet i skildringene». Inntrykket man får er at anmeldelsen er mer som en beskrivende fremstilling av hva man kan forvente å se fremfor en kvalitetsdom, noe som igjen gir et litt konservativt preg på det hele. I jungelen av beskrivelser og refleksjoner, kan det tidvis være noe vanskelig å få fatt på utstillingens helhet- hva er tema, og hva vil kunstneren formidle? En kan argumentere for at Storm Bjerke henger seg litt for mye opp i teknikker og betrakterens resepsjon, selv om dette riktignok er en vesentlig del av utstillingen. At anmelderen først og fremst er kunsthistoriker, kan ha sammenheng med denne måten å formidle på. Han har altså ikke en utpreget skjønnlitterær og underholdene stil med et personlig preg, der han som subjekt er synlig i teksten. Anmeldelsene i *Morgenbladet* derimot, bærer ikke mye preg av det konservative og beskrivende.

6.6.3 Tommy Olsson- kunstkritikkens subjektive rockestjerne

Tommy Olsson, fast kunstsribent i *Morgenbladet*, er et kjent navn på den norske kunstscenen, og står for tre av anmeldelsene jeg fant i denne perioden. Hans skrivestil blir ofte sett på som kontroversiell i forhold til kunstkritikken som sjanger, og kritikeren selv har argumentert for at «kunstkritikk er den nye rocken» (Olsson i *Morgenbladet*, 27.07.07). Olsson, født i Sverige og for tiden bosatt i Oslo og Bergen er utdannet billedkunstner og har i tillegg en grad i Skapende kuratorpraksis fra Kunsthøgskolen i Bergen. I tillegg til å skrive jevnlig for *Morgenbladet* og *kunstkritikk.no*, har han utgitt bøkene *Kunst – Kritiske fragment 2000-2006* (2008) og *Gift – Fragmentarisk kritikk 2003-2009* (2010)²⁹. Om boken *Kunst* ble stilen betegnet som «umiskjennelig Tommy Olssons egen: personlig, privat, vittig, generøs,

²⁹ Om Tommy Olssons bakgrunn og karriere. Kilde: <http://www.kunstkritikk.no/nyheter/tommy-olssons-samlede-verker/?d=no>

elegant og ekstraordinær, og uvanlig formidlende – og den har dannet skole blant kunstkritikere i Norge»³⁰

At Olsson er formidlende og privat hersker det ingen tvil om ut i fra de aktuelle anmeldelsene. I «Wam-bam, the painter man!», starter Olsson med å fortelle at han gikk på Kunstakademiet med kunstneren han anmelder, Harald Lyche, noe som «gjør det umulig å skrive en objektiv anmeldelse», -noe han aldri gjør uansett påpeker han. Det beskrivende og konservative man aner i dagspressen gjør seg ikke gjeldende i Olssons anmeldelser, der han er mest opptatt av å referere til sin egen rolle som kunstformidler:

Folk pleier med jevne mellomrom å avskrive meg som romantiker. Fordi jeg noen ganger gir uttrykk for sterk tro på billedkunsten. Men hvordan skulle jeg ellers klare å gjøre denne jobben? (Olsson 10.02.12)

I følge Øystein Hauge, kunstkritiker i BT, er Tommy Olsson er «en begavet formidler, kanskje ikke alltid av ”saken selv” eller verkets kjerne, men garantert til en stadig større lesergruppe i det ekspanderende kunst- og kulturfeltet” (Hauge i Knapskog & Larsen, 2008:205). Flere hevder at Olssons tekster bærer preg av gonzo-journalistikk- formidling der et tradisjonelt journalistisk ideal som objektivitet er forlatt til fordel for en personlig, subjektiv, gjerne sarkastisk form, ofte preget av sterke overdrivelser (Tønnesen, 2014). I Ragnhild Fjellros masteroppgave, *Endrede vilkår for norske kunstkritikere i journalistikken og kunsten* (2007), finner hun at Olssons tekster har klare kjennetegn som innfrir sjangerforventningene til gonzojournalistikken; bruk av 1. personforteller, scener, dialoger og symbolikk som gir tema, karakterer og fortelleren sammensatte egenskaper (Fjellro, 2007:42). I anmeldelsen av utstillingen «Apocalyptic Bliss» byr Olsson på anekdoter om sin forkjølelse eller «male cold», og hva han gjorde etter utstillingen: «[...] raderte resten av natten i et dekadent kaos av taxibiler, gatehjørnetransaksjoner, dyr sprit og piller med rød triangel på pakken» (Olsson 13.04.12). Noen direkte kunstfaglige og teoretiske referanser forekommer ikke, selv om Lyche blir sammenlignet med andre kunstnere flere ganger: «Som en Vincent Van Gogh med temperamentet til Willem de Kooing, sånn omtrent», «Her er vektløsheten til Chagall»... «Samtidig likner det jo overhodet ikke på Chagall», «Fargenes intensitet plasserer dette maleriet et sted mellom Arne Ekeland og Håkon Bleken...» (ibid.). Den siste setningen

³⁰ Bokomtale på Tanums nettsider: https://www.energica.no/_skj%C3%B8nnlitteratur/essays-og-antologier/knust-tommy-olsson-9788204137708

er for øvrig det eneste konkrete beskrivende ved verket som ikke er i overkant abstrakt formulert.

6.7 Retoriske grep

På hvilken måte kobles retorikken opp mot estetiske vurderinger i form av kunstkritikk? Retorikk blir forstått som kunsten å overtale og bedra ved hjelp av det skjønne sinn (*ars oratoria*) for å vinne publikum over på talerens side og i den forstand frata dem friheten. Fordi estetikk fra Kants side handler om å «frisette innbilningskraften», mens retorikk handler om det motsatte av frihet, blir spørsmålet om estetiske dommer løsrevet fra retorikken (Kant 1995:208). Sissel Furuseth, førsteamanuensis ved Institutt for nordistikk og litteraturvitenskap ved NTNU, argumenterer for at kritikk av noe likevel innebærer en anmodning om andres tilslutning, og i så måte forutsetter dømmekraften et kommunikasjonsfelleskap. Kant opererer også med begrepet intersubjektivitet, en *sensus communis*, en felles sans som forutsetter at mennesker deler og gjør oss kapable til å kommunisere estetiske verdidommer. På den måten mener Furuseth at det er nærliggende å konkludere med at retorikk utgjør et sentralt fundament for Kants estetikk (Furuseth 2008). I tilfellet med kunstkritikk kan retorikken settes i sammenheng med hvordan en kunstkritiker ved hjelp av virkemidler eksempelvis forsøker å overbevise leseren hvorvidt en utstilling er god eller dårlig, om den er verdt å besøke eller om dette er en kunstner/kunstnere man burde følge med på fremover.

6.7.1 Metaforer og språk

En klar retorisk tendens blant enkelte av kunstkritikkene i mitt materiale er bruken av troper og figurer i formuleringene og beskrivelsene av verk og opplevelsen, men også av kunstneren og institusjoner. Troper og figurer er uttrykksmåter som bryter med den vanlige måten å si noe på, og gir et nytt utseende eller nye former til det som uttrykkes (Kjeldsen 2004:193-19). Samtidig er det klare forskjeller blant anmeldere som går ut på i hvilken grad de velger å benytte seg av slike retoriske grep. Mens Tommy Olsson og Ingvild Krogvig i *Morgenbladet* har et fargerikt språk spekket av fargerike formuleringer og svulstige sammenligninger, har Kjetil Røed i *Aftenposten* og Øyvind Storm Bjerke i *Klassekampen* en mer nøktern fremstilling og saklige skildringer av utstillingene de anmelder. Materialet tyder på at det finnes klare retoriske ulikheter mellom dagspresse og ukeavis.

Olsson har tre anmeldelser i *Morgenbladet*, der bruken av **metaforer, allegorier og personifisering** er gjennomgående retoriske grep. **Metaforer** er en form for sammenligning og utskiftning basert på likhet, uten å bruke sammenligningsord (Kjeldsen 2004:195), og som

Olsson benytter seg av når han eksempelvis omtaler Johannes Høies verk som «et tre meter høyt inferno på silke» eller Martin Skauens tidligere kunst «der kroppsdelene kappes og kroppsåpninger penetreres i et uendelig sorthvitt limbo av smerte». Olsson bruker også «Messias» som metafor på kunstneren Harald Lyche og hans utstilling i Rådhusgalleriet. Samtidig grenser noen av disse formuleringene til hyperbol, altså overdrivelse (Kjeldsen 2004:201) når Olsson også refererer til Lyche som «større enn Elvis» i en «perfekt verden». Riktignok handler hyperbol om overdrivelser som er så sterke at de ikke kan tas bokstavelig, men bruken av litotes (underdrivelse) og eufemisme (forskjønnende og formildende omskrivning) (Kjeldsen 2004:201), er i alle fall ikke Olssons stil. **Personifisering**, der man levendegjør et abstrakt begrep og tillegger det menneskelige egenskaper (ibid.) finnes flere steder:

-«Ikke en gang undergangen kan stå på stedet hvil i det uendelige- enten kommer samtidskunsten seg ut av krypten eller den forvitrer i labyrinter av kapell-estetikk» (Olsson 13.04.12).

-«Det er litt som å befinne seg mellom to sider av en tettskrevet notatbok, der teksten prøver ut alle mulige måter å krabbe seg ut av den gitte konteksten på» (Olsson, 23.03.12).

- «Ord blir plukket opp, undersøkt, vridd på, tømt for opprinnelig betydning» (Olsson 23.03.12).

I Ingvild Krogvigs anmeldelse av Astrup Fearnley museets åpning, som hun forøvrig har titulert «En postmoderne krambu», finnes en rekke språklige bilder. Museets samling er «gjennomsyret» av postmodernismens mest populistiske innslag, og ender i et «mageplask». Kvalitetsmessig er det «sprikende», hvor et av eksemplene er Richard Princes refotograferinger av cowboyene i Marlboros reklamefilm som har «mistet sin kraft». Jeff Koons arbeid mener hun også er «merkelig impotent», og ender opp som en «konstatert av forslitte faktum». Krogvig oppsummerer kunstoplevelsen på Astrup Fearnley med «fornemmelsen av å befinne seg i en postmoderne krambu fullpakket av kunstmarkedets mest lettygde varer». Institusjonen avskriver hun som en «uvesentlig kunstlekebinge». Gjennom retoriske virkemidler faller dommen, der anmelderen ikke legger skjul på at hun er misfornøyd med utstillingen og hele institusjonen, fremfor å konstatere dette mer bokstavelig. Man aner en sosial kritikk som (for å bruke en av Krogvigs egne formuleringer i teksten) *gjennom syr* anmeldelsen, en misnøye mot konsum- og reklamekulturen og den

markedsorienterte tilnærmingen til kunsten der det faglige fokuset er lite synlig. Hun kritiserer altså institusjonens samlingsvirksomhet og staben: «Astrup Fearnleys samlingsvirksomhet synes med andre ord å være bygget over samme lest som et godt aksjefond. Man følger de oppadstigende priskurvene, uansett hvor de befinner seg i verden» (Krogvik, 2012).

Angående den kuratoriske virksomheten og bygget nevnes «lite funksjonelle utstillingsrom» og at «det mangler mindre skjærmede rom og er dermed uegnet for videokunst».

Til forskjell fra dagspressens anmeldelser fremstår *Morgenbladets* kritikker skarpere og «sikrere i sin sak» enn hos Røed og Storm Bjerke. Kjetil Røed legger i sin anmeldelse større vekt på det beskrivende ved utstillingen, der han tar oss med fra verk til verk og forteller leseren hva utstillingen inneholder, før det felles noen dom. Språklige bilder er det få av sammenlignet med anmeldelsene i *Morgenbladet*, selv om han mener «verkene lager parallelle paradokser av relasjonen mellom musikk og kunst» (Røed 15.09.12). Derimot finnes en rekke døde metaforer, altså implisitte sammenligninger som er så velbrukt at vi ikke tenker over at de faktisk er metaforer (Gripsrud 2011:181). Røed skriver eksempelvis at man «tar høyde for» å belyse forholdet mellom musikk og kunst, tradisjoner kunne blitt «berørt», for mange ulike verk i en utstilling blir en «avsporing» og man «skaper et bilde» av kunsten.

6.7.2 Etos og henvendelse

Dag Solhjell hevder i sin hustavle for kritikere at «troverdighet er ditt mest verdifulle kritiske verktøy i det lange løp», hvor dine interesser som f.eks. kunstner eller kurator skal holdes utenfor. Hvis disse interessene gjør seg synlige i kritikken, vil også det medium som publiserer kritikken miste troverdighet som medium for kunstkritikk (Solhjell, 2010).

Kunstkritikerens troverdighet kan settes i sammenheng med det retoriske begrepet *etos*, som handler om nettopp avsenderen. Den retorisk faglige etos blir konstruert gjennom de retoriske valgene man tar, gjennom synspunkter og argumenter man velger, måten man disponerer sin tale på og ordene og uttrykkene som brukes og måten man fremfører sitt budskap på. Etos må fremkomme gjennom taleren selv og ikke bero på noen forhåndsoppfatning av hva slags menneske taleren er (Kjeldsen 2004:114-115). På hvilken måte konstruerer de ulike anmelderne etos gjennom disse kunstkritikkene? Og hvem henvender de seg til?

6.7.3 Insidere og outsiders

I dialogen Faidros av Platon, kreves det tydelig at den gode taler overveier tilhørernes art og karakter og tilpasser sine argumenter til dem (Kjeldsen 2004:114). Dette gjelder også for anmeldere i ulike norske aviser, som må tilpasse sine tekster etter redaktørens ønsker og

avisens redaksjonelle profil- også etter hva de mener leserne vil ha. Tommy Olssons anmeldelser henvender seg i større grad til «insiderne», til et publikum som har et felles sett med normer og er innforstått med kunst. Dette kommer til syne ved hjelp av referansene han bruker til eksempelvis andre kunstnere, eller valg av fremmedord og formuleringer tilhørende kunstverdenen. For å forstå forbindelsene mellom andre kunstnere og det aktuelle verket, må man også kjenne til disse kunstnerne og hva de står for i sin virksomhet. Han har i tillegg en mer abstrakt og filosofisk måte å formidle på, som antakeligvis kan bli noe innfløkt for en utenforstående: «Det er i det hele tatt enklere å forholde seg til kanoniserte størrelser som referansepunkter, heller enn å prøve å holde dette åpenbart tidløse fast i en definert samtid» (*Morgenbladet*, 10.02.12). Noen vil nok være fristet til å spørre hva Olsson egentlig mener om dette verket. I anmeldelsen av Harald Lyche kommer han med en uttalelse som illustrerer dette med at han henvender seg til en bestemt gruppe: «Jeg mener, alle unntatt meg og mine er outsiders, etter mitt syn» (ibid.). Olsson skriver for en avis som *Morgenbladet*, en avis med en kulturbevisst og høyt utdannet lesergruppe. I følge TNS Gallup viser statistikken at over 80 % av *Morgenbladets* lesere har høyere utdanning på høyskole- eller universitetsnivå (TNS Gallup, 2012). Det er rimelig å anta at mange av leserne deler Olssons sett med kunstfaglige normer og finner anmeldelsene interessante fordi de forstår, selv om hans assosiasjoner og opplevelser riktignok er svært så subjektive. Kjetil Røed skriver for *Aftenposten*, en riksdekkende avis med stort opplag som henvender seg til et bredere og mer allment publikum, der utdanningsnivået også er nokså høyt³¹. *Aftenpostens* lesere er sannsynligvis en mer heterogent sammensatt publikumsgruppe med ulike nivåer av interesse og forkunnskaper om kunst enn leserne av *Morgenbladet*. Tekstene tilpasses derfor etter avisenes profil og lesere. Mediene innretter seg i økende grad etter markedsundersøkelser og aktivt søker bestemte publikumssegmenter (McManus [1994], referert til i Knapskog og Larsen 2008:16). I *Distinksjonen* (1979) tar Bourdieu opp hvordan smak er forskjellig innad samfunnets klasser og lag. Mennesker har ulik habitus og ulik mengde av kulturell kapital. Undersøkelser viser at alle former for kulturell virksomhet og alle preferanser når det gjelder litteratur, billedkunst eller lignende er nært knyttet til utdanningsnivå, og dermed sosial bakgrunn (Bourdieu 1979:44). SSBs undersøkelser viser også at de med høyest utdanning og høyest inntekt leser flest aviser (SSB), noe som betyr at økonomisk kapital er en faktor som ligger til grunn for avislesing. *Morgenbladets* lesergruppe er eksempelvis høyere utdannet enn VG-leserne, og

³¹ 67 % av *Aftenpostens* lesere i 2012 hadde høyere utdanning utover videregående skole. Kilde: TNS Gallup, <https://www.tns-gallup.no/?did=9076948>

man kan derfor hevde at disse menneskene har høyere kulturell kapital, og dermed andre forutsetninger når det kommer til kunst, en annen habitus og mengde kapital. I følge Bourdieu forutsetter den følelsesmessige sammensmeltningen som gjør kjærlighet til kunst til en glede, at en anvender seg av kunnskap og foretar en dechiffrering eller en dekodning, og som innebærer at en benytter seg av sin kunnskapsarv og kulturelle kompetanse (Bourdieu 1979:46).

Det kan virke som om Olssons etos setter logos- altså ord, tale og resonnement forstått som de fornuftsbaserte overtalelsesmidlene (Gripsrud 2011:172) litt på sidelinjen, ved at saken/verket ikke er mest sentralt i teksten. Ved mangel på begrunnelser og logisk resonnering kan det altså være at kunstkritikken lener seg mer på argumentasjonens etos. Olssons etos er svært synlig i tekstene, hvor troverdighet skapes gjennom hans omtale av kunst som en alminnelig del av livet, samtidig som han synliggjør sin personlighet og sine ærlige oppfatninger. Olssons åpenhet og intime beretninger kan derfor styrke etos, ved at han blottlegger seg for leserne og ikke fremstår som en distansert betrakter. Kants «interesseløse velbehag» med en distanse til verket er med andre ord lite symptomatisk for Olssons kunstkritikker. Samtidig vet mange at Olsson er kunstner selv, noe som kan styrke hans troverdighet med hensyn til kjennskap til feltet. En kan allikevel spørre seg om Olsson fremstår som noe *heterodoks* på kunstkritikkfeltet, ved at han gjennom sine utradisjonelle tekster utfordrer personer og grupper som dominerer der (ibid:80). Med dette mener jeg at han ikke følger de bestemte kriteriene om f.eks. objektive begrunnelser som tradisjonelt er en sentral del av kunstkritikken. Ifølge Solhjell kan en normativ definisjon på «tradisjonell kunstkritikk» oppfattes som en uavhengig, begrunnet bedømmelse av en kunstutstillings kunstneriske kvalitet, publisert i avis eller massemedium. Samtidig påpeker han at få kritikere følger denne formen i praksis (Solhjell 2012:117). Krogvigs skarpe kritikk fremstår og som troverdig, med inntrykk av at hun er kunnskapsrik og er faglig orientert, samtidig som hun har god oversikt over institusjonens praksis så vel som samlingen. Samtidig er dommen klar- anmeldelsen bærer ikke preg av usikkerhet og syensing. Hun gjemmer seg heller ikke bak teoretiske begrep og svevende kunstreferanser kun en bestemt lesergruppe har muligheten til å forstå.

Når det gjelder Røed påpekte kunstnerinformanten «Thea» i intervjuet med meg, at han tidvis «peprer» sine kunstkritikker med mye teoretiske referanser («Thea» 29.01.14). Nå finnes det kun en kritikk av Røed i mitt materiale, men av de andre kritikkene jeg har lest av han publisert i *Aftenposten*, er det faktisk svært få teoretiske referanser tilstede. I anmeldelsene

han skriver på kunstkritikk.no er det midlertidig mer av dette, både historiske, kunstneriske og litterære (Røeds litteraturbakgrunn kommer til uttrykk slik). Det blir dermed tydelig hvilke lesere teksten henvender seg til, og hvilket medium som gjelder. Røeds etos er av annen karakter enn Olssons, og beror seg heller på konkrete observasjoner og begrunnelser enn personlige tanker og følelser rundt kunsten, der han prøver å se de store linjene og trekke paralleller til andre områder. Det betyr ikke at Røed har mindre etos enn Olsson, det betyr simpelthen at Røeds etos i større grad skapes gjennom saklighet- logos, som igjen kan være tillitsvekkende hos leseren.

6.8 Status- hva kan analysen si om kunstkritikk og billedkunst i dag?

Lesende kulturarbeidere ser det daglig. Men innerst inne vet vi det alle sammen. I denne verden er kunstkritikken i ferd med å forsvinne. Kunstkritikk av substansiell betydning for feltet er døende (Hauge i Knapskog og Larsen 2012:207).

Slik omtaler kunstkritiker i *Bergens Tidende* Øystein Hauge den aktuelle kunstkritikken. Denne oppfatningen av kunstkritikkens situasjon samsvarer i hvert fall med antallet anmeldelser jeg fant i kartleggingen, som viste seg å være sparsommelig. Avisene kan på ingen måte anmelde «alt» som skjer på kunstscenen, dessuten spiller fagpressen- særdeles kunstkritikk.no en vesentlig rolle her. Allikevel, tatt i betraktning hvor mye aktivitet som finnes på kunstfeltet kan billedkunsten fremstå som et særdeles underrepresentert felt på kritikkfeltet, og for øvrig pressen generelt.

En tendens jeg mener preger innholdet i den aktuelle kunstkritikken ut fra analyse materialet, er at den opptrer i svært varierte former- akkurat som om dette kritikerfeltet har en slags «identitetskrise» og mangler klare retningslinjer for hva som er relevant for sjangeren. Med tanke på at kritikken spiller en svært vesentlig rolle av billedkunstdekningen, fordi den er viktig både for kunstnere og for hva slags mening leserne gjør seg opp, virker det noe pussig at formen er så sprikende. Dette reflekteres ikke bare i at bruken av språklige virkemidler og formuleringer. Tekstene viser at det er store forskjeller i kritikeres litterære ambisjoner, men også når det gjelder hva som er kritikkens primære mål når den skal formidle kunst: Er det personlige betraktninger? Dommen? Begrunnelse av den? Underholdende språk og sammenligninger? Fokuset er fragmentert, og den konvensjonelle kritikken ser ut til å svinne hen. Forklaringen ligger ikke utelukkende i kritikeres bakgrunn eller personlige preferanser, men like mye i hvilken avis det er snakk om og hva redaktøren prioriterer. For igjen å henvise

til Solhjells hustavle, skriver han at *redaktørene* er den viktigste brukergruppen man som kritiker skriver for, fordi det er de som bestemmer om dine kritikker passer for leserne, og dermed hva som skal publiseres (Solhjell, 2010). I tillegg har kuratoren og kunstsamleren fått økt innflytelse på kunstfeltet, noe som betyr at kunstkritikeren ikke er alene om å være dommer.

Hauge påpeker selv at ansvaret for utviklingen ligger verken hos Tommy Olsson, «institusjonen» eller den enkelte avisredaksjonen. Han mener heller at det er snakk om «et skrantende samspill av faktorer, hvor også samtidskunsten selv spiller en vesentlig rolle» (Hauge i Knapskog & Larsen 2012: 207). Det kan også være utfordrende å bedømme et kunstverk, i og med at billedkunsten har gjennomgått grunnleggende forandringer de siste hundre årene. I følge billedkunstner og kunsthistoriker Paul Grøntvedt er verk karakteren blitt mer diffus og uhandgripelig, der genrene er glidd over i hverandre og de faglige grensene er blitt utvisket. Grøntvedt påpeker også en annen viktig faktor; etter at konseptkunsten flyttet den kunstneriske egenarten fra fysisk gjenstand til det idé- og tankemessige, ble det enda mer komplisert å identifisere det kunstneriske verket (Grøntvedt 2008:116). Om det stemmer at kunstkritikk av «substansiell betydning» er døende, blir vanskelig å for meg å avgjøre, da diskusjonen om hva som faktisk går under «substansielt» i kunstkritikk melder seg, og materialet jeg baserer meg på er lite. Det jeg derimot kan være enig i, er Hauges argumentasjon for at kunsten i dag har mistet mye av sitt «ontologiske alvor», og at de store ambisjonene på kunstens vegne har forlatt kunstkritikken i samspill med at billedkunsten har fått «smykke seg med en rekke nye egenskaper som forskning og fiksjon, Entertainment, relasjonell estetikk og sosial kritikk. Store utstillinger blir iscenesatt som sosiale og kulturelle begivenheter – opplevelsformer som kunsttradisjonen og kunstinstitusjonene tradisjonelt har plassert andre steder og lavere i kulturhierarkiet. (Knapskog og Larsen 2008:39). Jeg mener i hvert fall at den siste påstanden kan relateres til den generelle billedkunstdekning ellers, spesielt i dagspressen, der verk ofte står i skyggen for underholdningsverdien som mediene tillegger begivenheten.

På hvilken måte kunstkritikk påvirker kunstneres virke og produksjon vil jeg komme tilbake til i intervjuene, samt hvordan kunstnere oppfatter dagens kunstkritikk i avisene og hva de tenker om de kritikerne jeg vurdert.

KAPITTEL 7: Intervju. Mediene og billedkunstens aktører

Når vi driver med ikke-kontroversiell kunstformidling, som kanskje ikke har de store konfliktlinjene, så blir man da ikke synlig. Man blir rett og slett usynlig. – «Astrid», ansatt ved en kunstinstitusjon i Hordaland

7.1 Forberedelser og fremgangsmåte

Når jeg bestemte meg for å gå nærmere inn på billedkunstdekningen i norske medier som masterprosjekt, tenkte jeg relativt tidlig at jeg hadde lyst til å foreta intervjuer med aktuelle aktører. Først og fremst ville jeg møte menneskene bak tekstene og kunsten for å få et innblikk i synspunkter, meninger og refleksjoner relatert til tema. Hvordan oppfatter mennesker som faktisk jobber med produksjon eller formidling av billedkunst på en eller annen måte mediens aktuelle dekning av den? Og hvilke forhold har de til hverandre? Den kvantitative kartleggingen og studiet av tekster i tillegg til en basiskunnskap om kunst- og kulturjournalistikk gir et godt grunnlag for spørsmål og samtaleemner. Jeg håpet informantene kunne bidra med personlige erfaringer, eksempler og meninger jeg ikke ville fått tilgang til utelukkende fra tekstanalyse.

7.1.1 Informanter

Utvalget av informanter bestod av representanter for ulike grupper som er yrkesmessig tilknyttet billedkunst. Jeg fikk noen forslag til informanter av veileder, i tillegg til de selvvalgte. Den ene gruppen jeg var interessert i var kulturjournalister som primært skrev kunstkritikk. Journalist Kjetil Røed i *Aftenposten* er fast tilknyttet frilanser i avisen som kunstkritiker. Han har også skrevet kunstkritikk for blant annet *Morgenbladet*, *Billedkunst*, *Artforum* og nettstedet kunstkritikk.no. Den andre gruppen informanter var folk som jobbet med formidling av kunst innad i en kunst- og kulturinstitusjon. Jeg intervjuet i den forbindelse to ansatte ved en kunstinstitusjon i Hordaland som driver med kunstformidling. Informantene er begge utdannet kunstnere. Disse informantene ønsker å være anonyme, og vil bli omtalt som «Astrid» og «Mona». Den tredje gruppen var kunstnere. Jeg ville helst ha en kunstner som drev med kunst på heltid, en med en viss fartstid i bransjen og synlig dekning i media. Jeg forhørte meg med denne kunstinstitusjonen angående aktuelle kunstnerinformanter når jeg var der, og de foreslo en bergensbasert kunstner- som også velger å forbli anonym og blir derfor omtalt som «Thea» videre. Jeg ville også snakke med noen fra Norske Billedkunstneres Forening (NBK), der jeg intervjuet leder Gjert Gjertsen.

7.2 Intervjuenes bidrag til analysen

I følge Grønmo ([2004:245], referert i Østbye mfl. 2013:129) er målet for kvalitative analyser å komme fram til en helhetlig forståelse av spesifikke forhold, eller å utvikle teorier og hypoteser om bestemte samfunnsmessige sammenhenger. Som sagt ville jeg med disse intervjuene undersøke det spesifikke forholdet mellom mediene og billedkunstens aktører, og hva menneskene bak tekstene og kunsten mente om den aktuelle billedkunstdekningen. Jeg ville også finne ut i hvilken grad informasjonen de ga meg korresponderte med mine analysefunn. Jeg starter med å presentere aktørene på «kunstersiden»- de ansatte ved kunstinstitusjonen og kunstner «Thea». Deretter tar jeg for meg medierepresentanten; intervjuet med kritiker Kjetil Røed, før jeg avslutter med NBK. Intervjuenes innhold blir her lagt frem; altså hva informantene svarte og hvilke paralleller som kan trekkes til resten av analysen og teorien.

7.3 Forholdet til mediene og fokus på konflikt

«Mona»: «det var stort sett snakk om publikumstill om Bergen Assembly i avisene».

«Astrid»: «Ja, de hadde jo til og med terningkast! Kanskje vi skulle bydd på mer kontroverser, kanskje det er løsningen?»

Analysen slår fast at billedkunstfeltet er underrepresentert i pressen, særdeles sammenlignet med andre kunstfelt. Hva mener aktørene på kunstfeltet om dette, og hvorfor er det slik? Hvordan går de frem når de ønsker mediedekning? Og hva slags respons får de fra mediene?

De ansatte ved kunstinstitusjonen var i første omgang klare på at det er vanskelig og utfordrende å oppnå noen interesse fra den lokale pressen, og at pressemeldinger og henvendelsene de sender ut til journalister sjelden gir resultater i form av oppslag. Derfor satser de heller på en dialog med den såkalte fagpressen som kunstkritikk.no, *Kunstforum* og *Billedkunst*, der det ifølge dem er lettere å bli hørt. Tilbakemeldingene de ofte får fra pressen er at de takker for henvendelsen, men at de ikke har mulighet til å dekke forespørselen fordi det er noe annet på kulturagendaen som får prioritet. «Mona» forteller at kunstnerinstitusjoner bruker sosiale medier og nettsider i større grad enn å «mase» på journalister som ikke kommer uansett, og at dette er betegnende for de mindre aktørene i Bergen. I en by som Bergen der det er så mye på kulturagendaen, er vanskelig å komme gjennom som en litt mindre institusjon, forteller hun.

Billedkunstdekningen i norske medier

Det er ikke så veldig høy prioritet for samtidskunst i dagspressen, og det litt kombinert med at vi da er en by som har en forholdsvis høy aktivitet og ganske mange aktører som driver med billedkunst, både av de største institusjonene som KODE, men også ned på selvdrevne mindre gallerier. Hvis man ser på de to faktorene så tenker jeg at den lille spalteplassen dagspressen bruker på samtidskunst eller billedkunst, blir det plutselig veldig stor konkurranse om, og jeg har vel også litt inntrykk av at et ønske om konflikt eller sensasjon er noe som blir veldig avgjørende i hva de velger å dekke («Mona» 21.01.14).

De tar Bergen Assembly³² som eksempel, der de mener at pressen var mest interessert i å bygge videre på rapporteringen av konflikt heller enn å dekke nye utstillinger eller mindre ting som ikke var så sensasjonspreget. «Astrid» poengterer i den sammenheng at omtale i dagspressen og den rene kunstkritikk er to helt forskjellige felt. Hun synes det er merkelig at en aktør som BT ikke skrev kunstkritikk om utstillingen Potsyd.³³

Først kjører de konfliktreportasje³⁴ på Potsyd, typ «de unge energiske kunstnere lager utstilling», og så har de ikke omløp nok til å tenke «mon tro om dette står seg faglig?» Dette er en journalistisk kvalitet. De følger ikke opp den faglige biten («Astrid», 21.01.14).

Om lokalpressen i Bergen mener også «Astrid» at BT er en avis som stort sett lar seg styre av institusjonenes agenda, mens BA ikke produserer kulturjournalistikk. En av årsakene til dette mener hun kan være at pressen ikke driver oppsøkende journalistikk, og at de antakeligvis ikke har et interessert nok journalistkorps tilgjengelig på fastlønn. Hun synes for eksempel det ikke er overraskende at en avis som VG ikke har kunstkritikk, men at det derimot er overraskende at BT ikke har det i større grad, med tanke på den store aktiviteten i Bergen og Hordaland.

BA har ikke kulturjournalistikk sånn jeg ser det i hvert fall, vi snakker om det litt smalere kulturfeltet. BT lar seg styre av institusjonenes agenda, noe som er fint, på en måte, men det jo betyr at denne konkurransen «Mona» nevner blir tydelig i form av kapasitet, og fokus hos institusjonene selv, og det betyr at man kan kritiseres for å ikke være mer offentlig offensiv. Samtidig spiller det også noe med journalistenes interesser og redaksjonenes avgjørelser. Det er klart at man skal informere om driften. Når vi driver med ikke kontroversiell kunstformidling, som kanskje ikke har de store konfliktlinjene, så blir man da ikke synlig. Man blir rett og slett usynlig (ibid.).

³² Bergen Assembly var Bergens første kunsttriennale spredt på elleve visningssteder, og fant sted fra 31. august til 27. oktober 2013. Triennalen ble kritisert hovedsakelig for dårlig informasjon og synlighet i byen. Nettside: <http://www.bergenassembly.no/>

³³ Potsyd var en samtidsutstilling som fant sted samtidig som Bergen Assembly, med kunst produsert av ti unge kunstnere med tilknytning til Bergen. Om utstillingen: <http://www.potsyd.com/>

³⁴ *Bergens Tidende* skrev en reportasje (29.08.2013) om utstillingen med tittelen «Unge kunstnere kiler giganten under foten», som et slags forsøk på å sette de opp mot den store aktøren Bergen Assembly. Tilgjengelig fra: <http://www.bt.no/multimedia/panorama/Kiler-giganten-under-foten-2966765.html#.U3NafxAixrM>

Billedkunstdekningen i norske medier

I løpet av perioden fant jeg ingen anmeldelser i BT, og som tidligere nevnt var kunstdekningen svært lokalorientert mot Bergensområdet og offentlig kunst, som f.eks. bybanekunst eller skulpturer.

«Astrid» og «Mona» følger billedkunstdekningen i dagspressen, men de ser det hele fra et faglig perspektiv.

Når det er oppsigelser på Munch museet så er jo det marginalt i forhold til fagfeltet, men [det] er interessant på et strukturelt nivå. Kunstkritikk leser man jo hele veien, som er den måten man orienterer seg på, fagpressen da først og fremst. Men når det er en to siders anmeldelse av en Bergenskunstner i Klassekampen leser man jo den nøye og diskuterer med fagfeller («Astrid» 21.01.14).

7.4 Kunstkritikk- å finne en sammenheng

Så hva synes de egentlig om den aktuelle kunstkritikken? Hva burde en god kunstkritikk inneholde?

«Mona» mener at en kunstkritiker ikke trenger å komme med teoretikere på rams, men at de må ha åpent blikk, og trekke inn estetiske hensyn og sammenhenger. Anne poengterer at den norske kunstkritikken står sterkt i kunsthistorien, og at mange kunsthistorikere har skrevet kunstkritikk. Allikevel er kunst en del av arven på en annen måte blant de store kulturene kontinentalt, som Frankrike og Tyskland, der det for eksempel er naturlig å ha sett og lest de store verkene. Det er det ikke i Norge: «Hva kan man gjøre i Norge da? I Norge kan man knytte alle utstillinger opp mot natur» («Astrid», 21.01.14). Kunstnerinformanten, «Thea», understreker også dette som «Mona» mener, at kunstkritikeren burde kunne sette verket inn i en sammenheng.

Den [kunstkritikken] burde inneholde gode betraktninger som representerer utstillingen godt. Det handler om formidling- at man får et vists inntrykk om hva utstillingen er for noe. Å sette det hele i sammenheng- hvordan fungerer dette i forhold til konteksten, og i sammenheng med annen kunst («Thea» 29.01.14).

«Thea» mener også at godt språk er viktig, og trekker fram Stian Gabrielsen for kunstkritikk.no som hun mener skriver veldig godt fordi han har «en personlig synsvinkel der skribenten er synlig i teksten uten at det tar overhånd og at det blir gonzo, typ Tommy Olsson». Hun synes det er mer interessant når det går mer på verket og utstillingen sine premisser enn underholdning. Hun har også klare meninger når gjelder hvilke aviser som kommer til kort med sin billedkunstdekning. *Morgenbladet* synes hun er «forbløffende

dårlig» av hva hun forventer av en sånn avis. Grunnen til det er at dekningen blir ensidig, mye takket være Olsson.

Han [Tommy Olsson] har vært ekstremt viktig for kunstkritikken de siste ti årene, men det blir og veldig ensidig med den stilen. Han har og hatt stor innflytelse på andre kunstkritikere og er en god skribent, men det er ikke alltid like god kunstkritikk. Synes ikke alltid de [Morgenbladet] plukker det som er relevant. Olsson har en oversikt over undergrunnskulturen og ikke bare kommersielle gallerier noe som er bra, men det blir ensidig. Jeg opplever at de sjelden skriver om billedkunstfeltet, om strukturelle forhold og politikk («Thea» 29.01.14).

I tillegg påpeker hun at billedkunsten til dels drukner i litteraturen, og at dette oppleves som skeivt. Hun mener også at *Morgenbladet* kunne kostet på seg å skrive grundigere om kunst, fordi de har en lesermasse som forstår det.

En venn av meg sa at alle billedkunstnere burde slutte å abonnere på Morgenbladet. For det oppleves som at de er viktig innenfor kulturfeltet, men akkurat på billedkunst er de veldig dårlig i forhold til hvor mye plass de vier litteratur. De gjelde flere aviser. Litteratur står sterkt i norsk presse, men det blir fortsatt skeivt. De har et publikum som er interessert i det, derfor blir det skeivt («Thea» 29.01.14).

Denne observasjonen samsvarer med resultatet av den kvantitative kartleggingen, der litteraturen utvilsomt var det kulturfeltet som stakk av med seieren når det kom til dekning. Dette gjaldt i aller høyeste grad Morgenbladet, men var likevel en gjennomgående tendens blant kulturstoffet i resten av avisene også.

«Thea» synes *Aftenposten* er bedre på billedkunst, muligens fordi de har Kjetil Røed som skriver ofte og mye, men også fordi de har en del annet stoff og. *Dagbladet* leser hun aldri, så dekningen der kan hun ikke uttale seg om, men «det virker som de har lite tilgjengelig kunststoff på nett», noe stikkprøven bekrefter. Hun sier at VG har lite plass, og at det skal være konsist og litt mer sensasjon og popularisert. *Klassekampen* mener hun skriver mer om det som skjer på feltet og er gode på kulturstoff, men hun synes de er litt konservative når det kommer til kunstkritikken, noe jeg også fikk inntrykk av ut fra den kvalitative analysen. Men hvilke personlige erfaringer har hun med kritikker skrevet om egne verk og utstillinger? «Thea» bruker en av sine egne utstillinger som eksempel, og forteller at kritikkene betyr mye på ulike måter:

Der fikk jeg en kritikk i *Dagbladet*, som var veldig bra for besøkstall og formidling, rett og slett. Kritikken var kort, som de bruker å være der, men positiv og god. En fin lesning av det hele, men ikke så grundig. Den var jeg veldig glad for, fler som ble oppmerksomme. Jeg fikk og en veldig grundig en på kunstkritikk.no, som jeg ble veldig glad for. Den henvendte seg mer til de spesielt interesserte. Den handlet ikke om god eller dårlig. Den handlet om at kritikeren har gått inn og tenkt i forlengelse av hva han har sett, og det er det mest interessante synes jeg. Også var det en veldig positiv [anmeldelse] en i

Billedkunstdekningen i norske medier

Klassekampen. Veldig godt skrevet, den åpnet det opp. Så de betyr noe på litt forskjellige måter («Thea» 29.01.14).

Kunstneren forteller at hun ikke har opplevd å få negative anmeldelser i forbindelse med separatutstillinger, men at det har skjedd i gruppeutstillingssammenhenger.

Da går det mer på helheten, eller at akkurat dette verket ikke passer inn i konteksten, at det er malplassert eller utilgjengelig f.eks., eller det gjelder det kuratoriske rammeverket. Det jeg ser etter er om lesningen den kritikeren gjør er om det treffer sånn ca. det jeg selv tror at verket mitt handler om. Jeg kan føle at beskrivelsen av verket er fremstilt feil og at det er noe de ikke har fanget opp. Det får meg til å tenke på hvordan jeg lager et verk og hvordan jeg formidler til et publikum, hvordan utstillingen blir oppfattet («Thea» 29.01.14).

Hun presiserer at omtale i fagpressen har masse å si for kunstnere, da primært kunstkritikk.no, men også Billedkunst. Nettstedet **kunstkritikk.no** ble opprettet i 2003, har og vokst seg til å bli en ledende kunstaktør. De publiserer daglig kritikk, kommentar og nyheter fra kunstfeltet. Kunstkritikk fungerer også som et rikt arkiv, hvor du kan bla deg tilbake til oppstart og lese gjennom diverse kunstkritikker, artikler og informasjon publisert tidligere (kunstkritikk.no). Denne plattformen ble skapt på bakgrunn av et voksende kunstliv i Norge, men også formeningen om at rommet for kunstkritikk i mediene ble mindre. Aktiviteten ble dermed ikke tilstrekkelig reflektert i offentligheten. Daværende ansvarlig redaktør Jon-Ove Seihaug ytrer følgende i forbindelse med opprettelsen av nettstedet:

Man forutsetter at det finnes en borgerlig offentlighet som forvalter opplysningsidealene og tar ansvaret for en oppegående kritikk. Men i dagens medievirkelighet er det ikke lenger selvsagt. Det er nødvendig å etablere flere offentlige rom for kritikken (Seihaug, 2013).

7.5 En sammensatt årsaksforklaring bak billedkunstdekningen

Når jeg spør hva informantene tenker er årsakene til billedkunstens aktuelle dekning i media, er de enige om at svaret på det er sammensatt av mange ulike faktorer, og at både billedkunstens aktører og medieinstitusjoner har et ansvar.

Det er vel så mye en skepsis til hva journalistikken gjør. Man skal ikke bare peke. Men driver man et mediehus har man et ansvar, på samme måte som vi har et ansvar for å finne nye kunstnere som ikke har utstilt før, for eksempel. Det er både og. («Astrid» 21.01.14).

«Mona» mener det blir en «høna eller egget»- diskusjon:

Det blir en høna og egget diskusjon. Hvis noen hevder at det ikke er interesse for å lese om billedkunst, kan man mothevde at det ikke er nok dekning av det, og det blir en slags ond sirkel. Hvis man velger å ikke dekke noe, vil man også miste kunnskap og interesse for det. Jeg synes at redaktøren må gjøre et aktivt valg om å prioritere det eller ikke. Men det har nok også med å gjøre at journalister føler de ikke har nok kompetanse på feltet («Mona» 21.01.14).

«Astrid» legger også til at billedkunsten ikke har samme PR-apparat som andre kulturfelt, fordi det ofte ikke nok penger til å sette i gang dette, som igjen fører til lite gjennomslag i pressen. Samtidig påpeker hun at dette ofte er et ønske fra feltet selv, - det er ikke en underholdningsmaskin, men et forskningsfelt som ligger mye tettere på akademikeren enn popmusikeren. Allikevel bidrar billedkunsten også med erfaringer og opplevelser for et publikum, slik som andre kulturprodukt som er en del av de største industriene. «Thea» ser også kunsten som et kunnskapsfelt, som er mer eller mindre tilgjengelig Hun sier at hun «tror ikke på kunsten som et universelt språk», men presiserer allikevel at man ikke trenger å ha en utdanning og at det ikke er «en sånn type elitisme i det».

Et annet aspekt «Astrid» tar opp er den kunnskapen om kunst som tilegnes gjennom utdanning fra vi er barn: «Vi kan gå tilbake til barnsbena av, det finnes ikke et fag på skolen som het «kunst». Det er mange årsaksforklaringer som kan legges på bordet». Det samme perspektivet hadde «Thea»:

Det handler om hva vi lærer i norsk skole, det er lite billedkunst. Konseptuell kunst og filosofi er det lite av. Med filosofi i skolen, hatt vi hatt et annet syn på kunst tror jeg. Det handler om å tenke abstrakt, analysere og sette sammen ideer igjen. Kunst og håndverk i grunntutdannelsen handler nok mer om håndverk («Thea» 29.01.14).

Billedkunst (eller filosofi) er riktignok ikke egne fag i grunnskolen. Allikevel ønsket regjeringen å øke kunst- og kulturbevisstheten til de unge, blant annet gjennom den nasjonale satsingen på den *kulturelle skolesekken* fra og med år 2001. Formålet er at elevene og skolene skal få mulighet til å oppleve, gjøre seg kjent med og utvikle forståelse for profesjonell kunst- og kulturuttrykk av kvalitet og i bredde (Kulturrådet) I hvilken grad elever blir eksponert for billedkunst gjennom den kulturelle skolesekken er vanskelig å si, da dette sannsynligvis varierer fra skole til skole. De siste årene har det derimot vært satsingen på og rekrutteringen til realfag som har stått sentralt.³⁵

«Astrid» påpeker også at det i høy grad handler om industri, der litteratur og film har enorme økonomiske interesser. Disse økonomiske interessene finnes også på samtidskunstfeltet, men ikke i Norge fordi billedkunst ikke har det sterke markedet og den store økonomien i det som andre kulturfelt i Norge har. Hun mener det heller blir sett på som et offentlig anliggende som handler om en elitekultur mer enn noe som angår alle.

³⁵ St.meld. nr. 44 (2008-2009), Kunnskapsdepartementets nye satsing på realfag. Tilgjengelig fra: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kd/dok/regpubl/stmeld/2008-2009/stmeld-nr-44-2008-2009-/6/3/1.html?id=565307>

Billedkunstdekningen i norske medier

Helt greit for en avis å ikke legge vekt på billedkunstfeltet, men det hadde ikke vær legitimt for en seriøs mediebedrift å ikke ha en seriøs musikkannemelder. Billedkunst har ikke de kreftene som kan påvirke som ander kulturtrykk har. Men det er også privilegium, der vi kan få frem feltet på et faglig nært vis («Astrid», 21.01.14).

I en tid der pressen stadig blir utsatt for innstramming i budsjett og konkurranse fra teknologien, vil dette også påvirke innholdet. Økonomisk sett kan det derfor være gunstig for mediebedrifter å peile seg inn på stoff som selger. Kristensen (2004) påpeker at en sterkere markedsorientering hos offentlige og kommersielle aktører innen medie- og kultursektoren innebærer store utfordringer for kulturjournalistikkens aktører, ved at de i stigende grad blir utsatt for massive markedsførings- og lanseringstiltak, mediestrategier og strateger (Kristensen [2004] i Knapskog og Larsen 2008:16).

Samtidig sier «Astrid» at det skaper en frykt for tabloidisering på feltet, noe som igjen kanskje fører til at de i møte med pressen «ikke er de mest interesserte og de mest føyelige». Hun har ikke noe imot en viss popularisering av kunsten, (slik som hun påpeker at TV-programmet Nasjonalgalleriet gjør) men tabloidisering vil hun ha seg frabedt³⁶.

Vi kan popularisere i pressemeldinger, da det handler om aktuelle temaer i nærheten av relevante problemstillinger for samtidspersoner. Men avisene ikke helt enige i tror jeg. Men jeg vil ikke tabloidisere de. Man må klare å skille. Populært kan være av fantastisk kvalitet, noe jeg synes jeg er interessant. Ah, det er så vanskelig («Astrid», 21.01.14).

«Thea» synes også at popularisering er ok, men at prioritering av stoff ofte blir litt feil:

De kunne godt ha brukt mindre plass på Marianne Aulie og mer på kunst som er interessant. Det er mer problematisk hva de velger å skrive om. At de populariserer noe er kanskje nødvendig i en avis som *Dagbladet*. Popularisering for å kunne formidle tror jeg er nødvendig i noen aviser («Thea» 29.01.14).

Om mediernes kulturjournalister og kunstsribenter ikke er kapable til å skape slike «inngangsporter» til billedkunsten, vil dette kunne medføre at interessen uteblir. Å skape «inngangsporter» slik at billedkunst når ut til fler kan derimot medføre at stoffet blir noe popularisert, noe som muligens ikke er like ønskelig fra kunstfeltets side. De to ansatte ved den aktuelle kunstinstitusjonen mener formidling av billedkunst er en utfordring kunstfeltet kan bli bedre på- uten at det går på bekostning av det reelle og innholdet man prøver å formidle. Det er alltid en balansegang. De ønsker altså å formidle på egne premisser og på

³⁶ Popularisering går ut på å gjøre avisinholdet appellerende for det brede publikum, ved at det presenteres som forståelig og mer «folkelig». VG og *Dagbladet* er kjent som slike «populæraviser». Tabloidisering er i utgangspunktet en henvisning til *avisformatet*, men blir ofte assosiert med å gjøre journalistisk innhold til lettfattelig og sensasjonspreget underholdningsstoff der fokus på f.eks. samfunn og politikk er sekundært.

egen måte, og i tillegg få den gjennomslagskraften- noe de føler de ikke har klart helt enda, men som de håper de kan bli flinkere til.

7.6 Kunstkritikeren Kjetil Røed

Kjetil Røed, kunstkritiker i *Aftenposten* skriver anmeldelser for avisen ca. en gang i uken, men ofte produserer han andre tekster som bokanmeldelser og kommentarer. Røed er nemlig utdannet litteraturviter, og har ingen konkret kunstfaglig bakgrunn, verken teoretisk eller som kunstner. Han forteller at interessen for å skrive kunstkritikk oppstod når han skulle skrive en bokanmeldelse i *Morgenbladet* av Matias Faldbakkens to første bøker av *Skandinavisk Misanthropi* (2001, 2002). Bøkene er en del av et kunstprosjekt og ikke som ren litteratur, noe som satte i gang en prosess hos Røed, som synes billedkunst er mer spennende enn litteratur. I første omgang var jeg interessert i å vite hvordan han velger ut det han skriver om, og hvordan prosessen foregår redaksjonelt. Til det svarer han at han skriver en liste over det han mener er de viktige utstillingene, og sender det ut til kultureddaktør og den personen Røed leverer anmeldelser til. Han får daglig personlige henvendelser av folk som vil ha dekning; gallerister, kuratorer og kunstnere- fordi han skriver i en stor avis. Han skjønner at folk vil ha oppmerksomhet, og at det er en del av jobben hans. Kunstkritikeren får nokså frie tøylar når det gjelder valg av utstilling, og får sjelden innsigelser på det han leverer. Til *Aftenposten* foreslår Røed som regel noe han antar at leserne kan ha en viss interesse av. Allikevel påpeker han at avisen gjerne redigerer litt i etterkant:

I Aftenposten tar de seg ofte en del friheter, der de kan fjerne og legge til ting, forandre overskrifter i siste øyeblikk. Da kan jeg ikke gjøre noe med det. Ganske irriterende, er jo jeg som signerer det. Er sånn i desken i en stor avis. De må ta avgjørelser der og da når de sitter på desken. Skulle gjerne hatt litt mer kontroll over det (Røed 06.02.14).

At desken «tar seg friheter» og redigerer, ved å for eksempel klargjøre, korte ned og forbedre teksten slik at den er mer leservennlig og forlokkende, er som Røed sier noe man ikke kan gjøre noe med. Allikevel er det viktig å være oppmerksom at dette skjer, slik at ikke enkeltskribenter får kritikk for noe de ikke har mulighet til å forandre. Som Solhjell sier i sin hustavle for kritikere (2010), er det redaktøren man først og fremst skriver for.

7.6.1 Kjendiskunstnere og store summer

Røed mente den generelle billedkunstdekningen bærer preg av «enten eller», blant annet mye kjendisstoff, og at dette var «ganske trist å se». Han snakker om de kunstnerne som allerede er «tilstede i en syklus», slik som Bjarne Melgaard og Faldbakken, som det ikke går dårlig for

uansett hva som blir lagd eller skrevet. Gjert Gjertsen i NBK kom i forbindelse med dette med en uttalelse som kan tyde på at det også på kunstfeltet råder en viss misnøye når allerede etablerte og kjente kunstnere får støtte: «Folk synes det var jævlig at Furuholmen [Magne] fikk stipend, han hadde vel nok penger fra før av?» (Gjertsen 06.02.14).

Røed sier og at billedkunst blir interessant i media når det koster mye penger:

Det er så meningsløst. Det trenger ikke bety at det er verdifullt, men det betyr at det koster mye penger. Hva med de kognitive verdiene som gir deg tilgang til noe annet verdifullt? Også annet enn symbolsk kapital. Kunstdekningen er utover det er litt enten eller. Enten penger og kjendisstoff, eller blodteoretisk. Ikke så mye mellomting (Røed 06.02.14).

Når jeg spør om hva han tror er hovedgrunnen til denne dekningen, mener Røed at det er rett og slett ikke så mange som er interesserte i det, noe som også er «litt trist». Han håper at kunstkritikken i *Aftenposten* vil bestå. Jeg spør om han synes den estetiske dimensjonen i mediernes dekning av billedkunst er blitt litt borte, noe Røed mener henger sammen med «en generell kulturell tilstand» og *tid*.

Det henger sammen med smarttelefoner og nettet. Folk har mindre tålmodighet og tid til å opprettholde en oppmerksomhet ovenfor noe. De har og færre erfaringer. Det er distraksjoner som forstyrrer, som f.eks. tlf. SMS, twittermelding. Kunst har med å ta seg tid til noe. Hvis man bruker tid på noe man ikke har forstått, vil man etterhvert forstå det. Har ikke noe med å ikke kunne nok, men det å ta seg tid til ting (ibid.).

7.6.2 Fluffy uttrykk og tåkete spesialistsjargong

Røed fortalte meg at han var mer opptatt av å framstå som «intellektuell kritiker» før enn det han er nå, og at kritikken hviler mye på erfaring og selvtillit.

Det er sammensatt å skrive kritikk. I utgangspunktet mener jeg bestemt nå, det motsatte av det jeg mente når jeg gikk ut fra Blindern. Jeg mener at erfaring har ekstremt mye å si og hvor trygg du er på deg selv. Det er tross alt et subjekt som taler og vurderer. Kunst er ikke det som blir lest mest, men potensielt sett er det mange³⁷. Evnen til å tenke klart tror jeg er det viktigste, ha motet til å være enkel. Forunderlig sak med kritikk. Enkelhet er noe man nærmest frykter, men også dekker over usikkerhet med teori og synspunkter som er ganske avanserte, blir et komplekst bilde mellom personlige egenskaper og kunnskap. Dekker over manglende... Er drøyt av meg å si: selvtillit med fine begreper og fluffy uttrykk forankret i teori (Røed 06.02.14).

Hva tenker Røed om at kunst kan fremstå som et «lukket land» for en utenforstående? Og hvordan blir denne tenkelige problematikken håndtert i kunstkritikken? Han sier at kunst er interessant som en målestokk for hva slags interesse man har for noe.

³⁷ Røed refererer her til Aftenpostens opplagstall, som i 2013 var på ca. 214 000. Tall hentet fra <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&page=avis&queryID=190>

Røeds utsagt om at kunst på et vis er med på å bestemme hva en som person er interessert i ellers, i tillegg med å ta seg tid til kunst, kan settes i sammenheng med Bourdieu:

De gjenstandene som har den største distingverende kraften er de som vitner mest om *kvaliteter* som ligger i selve *erhvervsen*, og gjennom det vitner om eieren: Erhvervsen av dem krever tid eller evner som forutsetter høy investering av tid- slik som bilde- eller musikkultur, altså evner som ikke kan tilegnes under hastverk eller gjennom stedfortredere og som derfor framstår som sikre vitnesbyrd om personens indre kvaliteter (Bourdieu 1995: 101).

Røed mener det er en myte at kunst er begripelig bare for noen få. «Det er ekstremt uproduktivt å snakke om elite og masse og sånn» (ibid.).

Man må sette seg inn i visse grunnpremisser for det kunnskapsfeltet man forholder seg til for å få noe utav det. På en annen side er det en hinsides bruk av en spesialistsjargong på kunstfeltet som er så tåkete tidvis at knapt folk på feltet selv forstår hva det dreier seg om. Henvender seg til kolleger og sånn. En myte at kunst er så uhåndgripelig. Jeg er veldig imot dette. Vil gjerne formidle til flere uten å gå glipp av det filosofiske aspektet, og prøver å skille meg fra andre som skriver om kunst. Noe er vanskeligere å få tak på, men mye er tilgjengelig hvis man anstrenger seg ut i fra sine egne premisser (ibid.).

Knut Olav Åmås, som var kulturredaktør da Røed startet i avisen, har tidligere uttalt at *Aftenposten* ønsket en mer sjargongfri kritikk, og fokus på oppmerksomme lesere, gjerne fra andre fagfelt enn det de skriver om. Åmås ville at terminologi og faguttrykk skulle forklares hvis det er nødvendig å bruke dem, samtidig som faglig tyngde er viktig (Røed, 2010). En god kritikk i *Aftenposten*, mener Røed burde innlede med en kontekstualisering av det du skriver om- en beskrivelse av hva det faktisk er og et bilde av hva man ser som anmelder, «slik som Diderot i salongene»³⁸. En kritikk i følge Røed burde også komme med en vurdering om «det funker eller ikke», som helst er mulig for andre å etterprøve, og henviser til Kants smaksdommer.

Idealet er at man prøver å trekke en linje fra kunstsfæren til den øvrige verden. Meg som en representant for mennesket. Hva kan kunsten lære deg i livet? Trekke linjer til aktuell hendelser også. Relatere det til noe mer håndgripelig, men også å knytte kunsten til det virkelige. Kunsten blir også så ekstremt selvrefererende (Røed 06.02.14).

7.6.3 Forbanna kunstnere på nakken

Jeg var interessert i å vite om Røed pleide å få tilbakemeldinger fra kunstnere, og ikke minst hva slags tilbakemeldinger dette eventuelt var. Han forteller at det i utgangspunktet er et tabu å gi tilbakemelding, spesielt å skrive offentlig. Det hender han får tilbakemeldinger fra

³⁸ Denis Diderot var den første (krediterte) som fremmet kunstkritikk i moderne forstand med sine «salongberetninger» i form av kunstkyndige bedømmelser av de periodiske akademisutstillingene i Paris på midten av 1700-tallet (Habermas 1971:38).

Billedkunstdekningen i norske medier

kunstnere eller kuratorer på e-post, men det er «stort sett litt sånn i halvfylla». Det er ikke alle som er like fornøyde:

Er stort sett hyggelige tilbakemeldinger, men det hender folk er forbanna. Litt sånn trusler nesten, faktisk. At jeg ikke har forstått det. Det kan jo hende at det er riktig og. Man kan jo bomme, er ikke alltid lett å skrive. Man må jo levere noe da, når du skal levere dagen etter. Selv om du ikke vet helt hva du mener må du frem til noe med en viss autoritet (Røed 06.02.14).

Han kommer med et typisk eksempel:

Har skjedd at kunstnere har tatt kontakt. Jeg sier «ja muligens, kan ikke love noe». Så har det ikke blitt noe av, så tar de kontakt igjen og er forbanna. «Jeg får aldri dekning i Aftenposten!» Er ikke særlig morsomt. Det gjelder en spesiell kunstner som har sendt mail til Åmås også. Da blir han *garantert* ikke skrevet om, når det er pushing på den måten. Det virker imot sin hensikt (ibid.).

Tilbakemeldinger går derimot ikke så mye innpå Røed, som tror han er «født med et gen hvor han ikke bryr meg så mye om hva leserne tenker», noe han er glad for som skribent for å unngå å bli «veldig nevrotisk» (ibid.).

7.7 «Mediedekning for kunstnere er alfa omega»

Gjert Gjertsen hadde mye å si om mediernes billedkunstdekning, men også om norske kunstnere og institusjoner generelt. Han synes billedkunst blir reflektert i liten grad i forhold til «ståa» og antall utstillinger, og at det fort går over i underholdning.

Medieprofilering, skandale og personangrep. Åndelige lange debatter blir personifisert. Angrep og misforståtte greier og Odd Nerdrum- justismord! Blir mye underholdningsoppslag, og de fokuserer på annet enn selve kunstverket og mer over på kunstneren. Også på penger og omsetning. Drivet i presentasjonen at dette er en næring og butikk. Samtidig er kunstnernes kompetanse trukket i tvil (Gjertsen 06.02.14).

Han sier at mediedekning for kunstnere er «alfa og omega», fordi man trenger penger for å produsere. «Men det er og åndsverksuttrykket som er det primære. Penger er en viktig bifaktor som man må ha» (ibid.).

Gjertsen sier at de har «sittet og lurt litt på dette» med billedkunstdekningen i NBK, og hvorfor situasjonen er som den er. Et manglende kritikerfelt og få kritikere i media kan være én av grunnene sier han. Han ser også Norge som en nasjon der sporten råder, der idrett enda ikke er ute av det utvidede kulturbegrepet. Som mine tidligere informanter også påpekte, refererer Gjertsen til skolegangen ved at kunstfagene har ramlet ut av skolen og matte og «hardcore-fag» overtok, noe som gjør at billedkunst kanskje havner litt i blindsonen. Industrien bak er også en faktor mener han, og et «skifte mot det vi kan kalle kulturnæringer» og konsumvarer.

I motsetning til en del andre grupper i kulturfeltet, noe som sikkert har betydning for mediedekning, er at forfattere har forlag, bokhandlerkjeder, en industri bak, musikk har platebransjen. Og skuespillere har hatt institusjoner. Men billedkunst er selvstendig næringsdrivende. Hvis det er noe så er det private gallerier. Eller Nasjonalgalleriet som kjøper deg inn 100 år etter du er død. Det eksisterer ikke en sånn industri bak. Man er selvstendig næringsdrivende fra A-Å (Gjertsen 06.02.14).

Gjertsen aner altså en undertone i media om at «alt skal ha en verdi». Han mener, på lik linje med Kjetil Røed, at kunst nødvendigvis ikke trenger å skape økonomisk verdi når det er et åndsverk man produserer. Kunstsektorens kommersielle potensiale er for eksempel svakere enn litteraturfeltet. Det er langt flere som kjøper bøker enn billedkunst. I Siri Røysengs evaluering av kunstkritikk.no (2008), understrekes det at billedkunsten representerer et elitemarked, mens litteraturen representerer et massemarked. Det er således større slektskap mellom avisenes og forlagenes/bokhandlernes markeder enn avisenes og gallerienes markeder. Ifølge Lund er det tilgjengelighet, markedspotensial og størrelsen på det aktuelle publikum avgjørende for avisenes prioritering mellom ulike kunstarter (Lund 2000:47). I kombinasjon med dette, er, som Gjertsen nevner, billedkunstnere selvstendig næringsdrivende. Undersøkelser viser at visuelle kunstnere (billedkunstnere, kunsthåndverkere og kunstneriske fotografer) befinner seg på bunnen av hierarkiet når det gjelder kunstneriske inntekter. Samtidig øker tilstrømningen til kunstneryrker, og er langt høyere enn det de kunstneriske markedene kan absorbere³⁹ (Torvik mfl., 2008). Fra sine inntekter må de dekke næringsutgifter- atelier, materialer, verktøy, reiser, utstillingsutgifter og eventuelt media. Når næringsutgiftene er dekket, vet de hva de har til egen levestandard og livsopphold (Solhjell 2012:204-205). Myten om «den fattige kunstner», er altså ikke så fjern fra virkeligheten.

7.7.1 Offentlig utsmykning får oppmerksomhet

Gjertsen påpeker derimot at offentlig utsmykning får engasjement i media, fordi det er noe man ferdes i hele tiden, og bruker Vanessa Bairds veggmalerier som eksempel.

Vanessa Baird- det tredje [veggmaleriet] kom ikke opp. De ansatte er traumatisert av bomba. Se hvor vi er!⁴⁰ Hvem er ikke traumatisert? Kom ikke her! Dette er et bygg som skal stå i hundrevis av år, og folk kommer og går. På folks personlige kontorer skjønner jeg at man kan velge selv. Det ble kokt ned til at det var en informasjonsdirektør som ikke likte det. Men offentlig bygg benyttet av publikum betalt av skattebetaleren? Skal det være «likes og dislikes» av en ansatt? Når det er snakk om offentlige kunstnerkomiteer som tar opp dette her? (Gjertsen 06.02.14).

³⁹ Noen av hovedfunnene fra undersøkelsen *Kunstnernes aktivitet, arbeids- og inntektsforhold, 2006* av Mari Torvik Heian, Knut Løvgland og Per Mangset. Telemarksforskning- Bø, 2008. Hentet fra tidsskriftet *Billedkunst* (2008), der tema var kunstneres levekår.

⁴⁰ NBKs kontorer ligger i Grubbegata i Oslo sentrum- et steinkast fra regjeringskvartalet der bomben smalt 22.juli 2011.

Baird fikk i oppdrag å male tre veggmalerier for regjeringskvartalets nybygg R6 som huser Helse- og omsorgsdepartementet og Landsbruks- og matdepartementet. Dette var de første verkene som ble bestilt etter at bomben smalt 22. juli 2011. Ved offentliggjøringen av denne nyheten fremhevet Gro Kraft, direktør i KORO (Kunst i offentlig rom), hvilken spesiell betydning kunstens kvalitet og tematikk ville få i disse rommene, og at den ville generere stor offentlig interesse (koro.no). Det siste fikk hun definitivt rett i, men muligens ikke på den måten man ønsket. Entusiasmen snudde nemlig etter at det andre veggmaleriet ble offentliggjort. Kunsten til Baird vekket i følge ansatte i departementet ubehagelige assosiasjoner til 22. juli. I en artikkel som fremgår i den kvantitative kartleggingen sier Baird i et intervju med *Morgenbladet* (05.10.12) at “oppfatningene ble tidvis sterke, i ren skrekk over alt som kan kobles til 22. juli. Veltede stoler og ... bare de papirene ble også plutselig følsomt” (Baird, 2012).

Grunnen til at Bairds kunstverk ble gjenstand for en debatt i mediene, er at dette er et kunstverk i et offentlig rom som av enkelte ble assosiert med den mest sjokkerende terrorhandlingen Norge har vært utsatt for. I akkurat denne *Morgenbladet*-reportasjen var det allikevel ikke 22.juli-debatten som var tema, men offentlig utsmykning og Bairds kunstnerskap i forbindelse med dette. Offentlig utsmykning har et formidlingsformål fordi utsmykningen gjør kunst tilgjengelig for et større publikum utenfor galleriene og museene. Offentlig kunst og utsmykning har ulike oppgaver, enten det er kirkekunst, minnesmerker eller utsmykking av sykehus og rådhus, som er rom for sentrale samfunnsmessige ritualer (Solhjell 2012:145). Bygninger med mange brukere får større midler til utsmykking enn bygninger med få. Det er det statlige organet KORO som bidrar til finansiering, rådgivning og kunstnerisk kvalitetssikring. De støtter kunstprosjekter i det offentlige rom med rundt 40 millioner årlig (2010), men kommuner og fylkeskommuner bidrar også til at budsjettet heves ytterligere (ibid:146-147). Et annet eksempel på offentlig kunst og utsmykning jeg fant i analysen var i BT, der det skrives om bybanens kunstprogram langs den nye traseen mellom Nesttun og Lagunen, som av prosjektleder Ronny B. Skaar betegnes som «demokratisk» fordi «kunsten kommer den folk ferdes» (BT 15.09.12).

Om kunstkritikken nevner Gjertsen både Røed og Olsson, der han mener Røed går i dybden, mens Olsson er en kunstner, en sjangerskaper og en gonzokritiker. Gjert poengterer at Olsson er «en del av faunaen som er viktig, og han blir jo lest». Olssons tekster følger kanskje ikke den tradisjonelle oppskriften til en kunstkritikk, men det er ingen tvil om at hans fargerike

formuleringer der han byr på seg selv og stuper inn i kunstopplevelsen på sin egen personlige måte genererer en viss leserinteresse. Når alt kommer til alt synes Gjertsen at «dette med media er innmari vanskelig», fordi han ser på media som lukket og at de har en egen vinkling på det de ønsker å servere. Dette kan bli problematisk når visse deler av kunstfeltet også fremstår som lukket, i henhold til Solhjells eksklusive kretsløp. Gjertsen påpeker at kunstneres uttrykksbehov og mediens uttrykksbehov ikke alltid matcher. Han tror kanskje at kunstnere i dag har kommet litt for langt frem i tid, og ikke blir helt forstått, og han stiller spørsmål til om mediene kanskje ikke helt skjønner denne kompetansen.

KAPITTEL 8- AVSLUTNING

Formålet med denne oppgaven var å undersøke hvordan billedkunstfeltet ble dekket i norske medier, hovedsakelig i pressen, med utgangspunkt i noen generelle hypoteser. I første omgang gikk hypotesene ut på at feltet var underrepresentert i media i forhold til andre kunstfelt, men også i forhold til feltets faktiske aktivitet i Norge. Jeg hadde også en formening om at billedkunstdekningen i alt for stor grad konsentrerte seg om kunstneren som person fremfor verk, og at det over hele linjen var en manko på god, interessant og nyansert billedkunststoff der kunsten sto som en viktig og historisk del av den kulturelle offentligheten og samfunnet vi lever i. Som kunstinteressert med noe kunsthistorie bak meg, ville jeg kombinere medievitenskapen med kunstfeltet i min masteroppgave. I løpet av tiden som student i Frankrike, opplevde jeg at franskmenn har et annet forhold til billedkunsten og annen kultur som en viktig og integrert del av livet, noe som også ble reflektert i mediene. Visuell kultur og bilders betydning utgjorde også en vesentlig del av informasjons- og kommunikasjonsundervisningen på universitetet jeg gikk på. Jeg forundret meg noe over at her i Norge dukket de samme kunstnerprofilene opp i avisene gang på gang- enten det var rumpa til Marianne Aulie, Nerdrums problemer med skattemyndighetene, eller Bjarne Melgaards sex- og- vold tematikk. Om det ikke var privatlivet som ble omtalt, var det gjerne «kunst i millionklassen», kroner og øre som nådde overskriftene, eller i andre enden av skalaen- svevende kunstkritikker gjennomtrengt med begreper man ikke forstod, der anmelderen tydelig hadde et behov for å demonstrere sine kunnskaper. Hva med resten av mangfoldet? Hva skjer med alle dyktige og interessante kunstnere som ikke får så mye som en notis? Hvorfor er det tilsynelatende så lite nyansert? Visstnok kan man finne annen informasjon om billedkunst i fagpressen, men de har strengt tatt ikke det samme demokratiske idealet å leve opp til som mediene, der et mangfoldig bilde av hva som skjer i verden skal formidles offentlig.

Jeg ville altså finne ut hvor mye som ble skrevet om billedkunst i noen av landets største aviser, hvordan billedkunst ble dekket, altså innhold og form, og deretter reflektere over *hvorfor*. At billedkunst er et smalere kunstfelt med mindre kommersiell gjennomslagskraft og «færre interesserte» er muligens en innlysende grunn for mange, og nedprioriteres derfor av pressen. Jeg ville derimot gå et skritt videre med slike oppfatninger, og spørre hvilke andre faktorer som lå til grunn, og hvorfor dette feltet har den rollen den har i norsk presse. Om jeg

ikke fant «Det store Svaret», ville jeg i alle fall forsøke å komme nærmere en forståelse av mediens representasjon av billedkunst.

Når det er sagt er det nok visse ting som kunne vært gjort annerledes i denne oppgaven, og flere faktorer man kunne tatt hensyn til. Et større materiale samlet over lengre tid, både fra aviser og andre medier kunne bidratt til en atskilligere nyansert fremstilling, og dermed et mer sannferdig bilde av norske mediers billedkunstdekning. Flere informanter kunne blitt inkludert slik at vi visste mer om avsendersiden, og en studie av publikums resepsjon hadde vært nyttig for å finne ut hvordan avislesere oppfatter denne dekningen. Nå er det en gang slik, at både *billedkunstheltet* og *journalistikkfeltet* er omfattende og komplekse områder der man kan trekke inn utallige perspektiver, teorier og refleksjoner. Tidsrammen på en masteroppgave setter og sine begrensninger innholdet. På samme måte som pressen ikke kan skrive om alle kunstnere i Norge, kan ikke masteroppgaven proppes full med alskens teori og referanser- selv om mye er interessant.

Analysefunn- oppsummering

Den kvantitative kartleggingen viser at billedkunstdekningen i pressen (2012) viste at billedkunst utgjorde en liten del av kulturstoffet sammenlignet med andre kunstformer. I dagspressen var kun 57 av totalt 533 kultursaker om billedkunst. Av disse 57 sakene var en betydelig del av preget av nyhetssjangeren. Kartleggingen viser og klare innholdsmessige forskjeller mellom avisene. Dette ser vi gjennom hvilke sjangre som blir prioritert, og hva slags innhold og vinkling som gjør seg gjeldende. Dagspressens billedkunstdekning tok hovedsakelig form av nyhetsartikler og debatt, der Munch-konflikten fikk mye oppmerksomhet. Kulturpolitikk og økonomi sto sentralt i dekningen generelt, særdeles i forbindelse med Munch, der *Aftenposten* stod for den største bestanddelen av alle publikasjonene. Utstillinger og anmeldelser utgjorde en mindre del av stoffet enn forventet, der det kun fantes to anmeldelser dedikert til billedkunst. En av anmelderiets funksjoner er å opprettholde en viss kunstkvalitet. Når antall anmeldelser er så lavt, ligger det en slags kvalitetsvurdering bare i det å bli omtalt. «Kjendiskunstnere» og privatlivet til enkeltkunstnere var heller ikke særlig fremtredende. Jeg vil tro at enkelte kunstnere til en viss grad faktisk ønsker en slik oppmerksomhet rundt sin person, også fordi det potensielt sett kan bidra til økt oppmerksomhet rundt kunsten. Jeg tror altså det er nokså individuelt hvilke kunstnere som mener at «all PR er god PR», og at dette naturligvis setter et visst preg på dekningen. Offentlig utsmykning og arkitektur gjorde seg til dels gjeldende i anmeldelser,

kunstnyheter og debatt, fordi det er et offentlig anliggende som innbyggere ferdes i daglig. I ukeavisene var redaksjonelt stoff om Munch ikke-eksisterende, noe som viser at *Morgenbladet* er en avis som ikke velger en vinkling der billedkunstfeltet politiske og strukturelle forhold står sentralt. Derimot finnes det mye stoff om utstillinger, både i form av anmeldelser og kunsts tips, samt noen lengre reportasjer og enkeltkunstnere og deres virke. *Dag og Tid* hadde en minimal billedkunstdekning i dette tidsrommet, og blir derfor ganske ubetydelige i medienes representasjon av billedkunsten.

Den kvalitative analysen tok for seg Munch-konflikten og kunstkritikken, der jeg gikk under overflaten og identifiserte retoriske grep. To sentrale diskurser kom til syne i Munch-debatten: nasjonal kulturarv og politisk uenighet. Munchs kunst og betydningen av den så ut til å være mindre viktig for pressen, og denne dekningen var det utelukkende dagspressen som stod for, særlig *Aftenposten*. Skribentene bruker retoriske grep og en vinkling som bidro til å skape en polarisering mellom politikerne og kulturarven, og for å understreke politikernes manglende kompetanse og handlekraft i denne saken. For å understreke dette ytterligere, henter de inn «eksperter», som anerkjente kunstnere for at disse skulle uttale seg om saken- selv om de ikke var direkte involvert i avgjørelsen.

Et nærmere blikk på kunstkritikken kunne avsløre at dagens kritikk var sprikende og i liten grad forholdt seg til klare retningslinjer og tradisjonelle kriterier. Dagspressens anmeldere hadde en annen retorisk stil enn *Morgenbladets* anmeldere- der sistnevnte gruppe i mye større grad benyttet seg av språklige bilder og lignende. Anmeldernes etos framstod også på ulike måter avisene i mellom, selv om anmelderne på individuelt vis framstod som troverdige. Dagpressen virket i større grad konservative og saklige i sine kritikker, mens *Morgenbladets* anmeldere viste mer av sin personlighet og meninger.

Siste del av analysen bestod av intervjuer med ulike aktører tilknyttet kulturjournalistikk eller billedkunstfeltet, der det kom frem mange interessante synspunkter og refleksjoner.

Informantene var stort sett enige om at det fantes *visse tendenser i medienes dekning av billedkunsten*, blant annet at billedkunst er lite prioritert (og da særlig i forhold til andre kulturfelt som litteratur), og at det var mangelfullt i forhold til kunstens nasjonale aktivitetsnivå. At dekningen var underholdningsrettet, sensasjonspreget, noe personifisert og konfliktorientert var det også bred enighet om. I tillegg blir interessen mindre dersom kunst ikke koster mye penger, og større dersom det er snakk om kjendiser eller etablerte kunstnere som allerede har en markant posisjon på feltet. Når det gjelder *billedkunstdekningen til noen*

av de enkelte avisene, var informantene på kunstnersiden noe skeptiske til lokalpressen i Bergen, som de mente i stor grad tilrettelegger billedkunstdekningen etter de store institusjonene og underholdningsverdien, og at det er mangel på kunstkritikk som i tillegg blir for ensidig med kun en kritiker. *Morgenbladet* ble omtalt som ensidig med mye fokus på litteratur, *Klassekampen* var konservative, men gode på kulturstoff generelt. VG mente de var sensasjonspreget og popularisert uten kunstkritikk, mens *Aftenposten* hadde en nokså god dekning og skrev om forskjellige sider ved feltet. *Dagbladet* ble i liten grad omtalt, noe som kan si noe om avisens status som formidler av billedkunst.

Årsakene til billedkunstens underrepresentasjon i mediene mente informantene var flere og sammensatte. De påpekte at billedkunsten ikke har det samme økonomiske støtteapparatet og er tilknyttet en industri som andre kunstfelt, i samsvar med et manglende PR-apparat, noe som gjør at billedkunst ikke har den samme gjennomslagskraften og at det er vanskeligere å slippe til. I tillegg påpekte Røed at det er et smalere kunstfelt som færre er interessert i og har kunnskap om. Manglende allmenn interesse mente informantene kunne spores tilbake til skolegangen, der billedkunsten ikke er tilstrekkelig integrert i undervisningen. Norges historie og status som kulturnasjon var og en faktor mente de. Et manglende kritikerfelt og få kritikere i media ble og foreslått som årsak. Kunstinstitusjonen påpekte at kunstfeltet har et ansvar de og, men at enkelte kunstnere ikke ønsker oppmerksomheten i pressen i like stor grad, noe som gjør at de kanskje ikke er like imøtekommende og åpne i møte med media. Det samme gjelder for de som formidler kunst- at de må finne en balansegang i sin formidling som appellerer til flere, uten at det går på bekostning av kunstens innhold og dens sentrale fokus. Når det gjelder forholdet til mediene og dens dekning kom det frem at kunstnere, i hvert fall «Thea», setter pris på omtale i de store avisene, fordi det bidrar til oppmerksomhet rundt kunsten deres på et allment plan, eventuelt høyere publikumstall på utstillingene. En anmeldelse i *Aftenposten* eller omtale i *Klassekampen* setter altså kunstneren på kartet og har betydning for oppslutning, som igjen kan bety økonomisk avkastning for kunstneren som selvstendig næringsdrivende. Allikevel kan det virke som om fagpressens omtaler veier tyngre, fordi de setter seg grundigere inn i innholdet og ser det fra et faglig perspektiv, noe som gjør det mer interessant for kunstneren å lese. Fagpressens omtale er svært viktig for kunstnere, fordi den blir lest av fagfolk og viktige aktører innenfor kunstfeltet. Det er dessuten lettere å slippe til i fagpressen, i og med at de er mindre opptatt av konfliktlinjer, sensasjon og politikk, og fordi kunstens innhold er det sentrale.

Når det gjelder kringkastingsmediene og Internett, er billedkunst enda mindre fremtredende i disse kanalene. Den marginale dekningen som blir presentert på nett og fjernsyn er nokså overfladisk og popularisert, mens Kunstreisen på radio representerer en av de få seriøse plattformene for formidling av billedkunst.

En utfordrende balansegang

Det er i og for seg ikke problematisk at pressen skriver om strukturelle, politiske og økonomiske forhold på billedkunstfeltet. Informasjonsfunksjonen pressen har forutsetter at slik informasjon offentliggjøres, samtidig som informasjonen er viktig for mange på feltet. Som tidligere redaktør i *Kunstforum* Nicolai Strøm-Olsen har påpekt, er ikke kunst bare verk, det er også en sektor som handler om mer enn bilder. Det handler også om interaksjonen mellom gallerier, museer, kunstnersentre, kunstforeninger og kunstnere⁴¹. Som vi ser i mitt analysemateriale, handler det også om interaksjon mellom politiske aktører, og et publikum som skal benytte seg av kunst og kunstbygg i offentlig rom. Det som derimot er mer problematisk, er når selve kunsten og dens formål havner i en slags journalistisk blindsoner. Ikke bare er det uheldig for kunstneren, som er avhengig av at kunsten når ut til et publikum, både på et økonomisk plan og et intellektuelt plan, men også for publikum som frarøves en mulighet til å bli bedre kjent med kunst. Selv om «blindsoner» muligens blir litt dramatisk å beskrive det som, kan se ut til at den estetiske dimensjonen ved kunst er lite synlig i dagens billedkunstdekning, da dekningen består av artikler som ligger nærmere nyhetssjangeren. Ukeavisen *Morgenbladet* hadde flere tekster der tema var kunst, verk og utstillinger, og svært få som omhandlet de strukturelle forholdene på billedkunstfeltet- noe de i større grad kunne ha gjort med tanke på hvem som leser avisen, og fordi flere sider ved feltet kunne blitt belyst. Som noen av informantene påpekte under intervjuene, kan man ikke legge alt ansvaret på pressen. Pressen er riktignok en viktig kanal for kunstnere og som formidlere av kultur, men de etablerte mediene ikke de eneste kanalene kunstfeltet kan benytte seg av for å fremme sitt arbeid. Man kan argumentere for at kunstnere og har et ansvar når det kommer til å gjøre seg mer tilgjengelige for mediesektoren og i offentligheten generelt. Dette kan for eksempel praktiseres gjennom publisering av verk, arbeidsprosesser og utstillinger, ved å ta i bruk nettets mange muligheter som blogg og sosiale medier. Hvis kunstnere ønsker mer oppmerksomhet i dagspressen, medfører dette at enkelte muligens må være villige til å la sin

⁴¹ Uttalelsen kom i forbindelse med en arrangert debatt om kunst i pressen, som fant sted på Galleri BOA 03.12.09. Kilde tilgjengelig fra: <http://www.kunstforum.as/2009/12/kunst-i-pressen/>

virksomhet forenkles eller populariseres til en viss grad. Jeg mener derfor at kvalifiserte kunstsribenter og redaksjoner som ønsker å opprettholde en viss kvalitetsjournalistikk i kulturdekningen, har en oppgave med å sørge for at dette gjøres dersom det er nødvendig, uten at det skal gå på bekostning av det kunstneriske innholdet. Å dekke et smalt kunstfelt regnet som høykultur med mindre kommersiell verdi enn andre kulturformer, kan riktignok by på utfordringer for pressen. Det er ikke til å komme utenom at deler av kunstfeltet, særdeles samtidskunsten, ofte henvender seg til en nokså homogen krets. I kombinasjon med et markedsorientert samfunn der populærkulturen stadig tar større plass, og der publikums interesse skal tilfredsstilles i samsvar med de kvalitetskriterier pressen er underlagt, kan det bli vanskelig å finne en balanse i formidlingen. Åpenhet og samarbeid mellom mediene og kunstfeltet, er et godt utgangspunkt for kulturdekningen videre.

APPENDIKS I

Kvantitativ kartlegging- materiale

Tabellforklaring

Tabell 2 og 3 gir en detaljert og fullstendig oversikt over materialet fra den kvantitative kartleggingen. Artiklene er ikke rangert kronologisk, men etter tema.

TABELL: DEKNING BILLEDKUNST-DAGSAVISER

INNHold	SJANGER	AVIS OG DATO	TITTEL/SAK
<i>Munch</i>	Kunstnyhet	Aftenposten, 06.02.12	«Vil erobre verden med Munch»
<i>Munch</i>	Kunstnyhet	Aftenposten, 06.02.12	«Vil se Munch utenfra»
<i>Munch</i>	Debatt	Aftenposten, 06.02.12	«Brukte tre ganger så mye på Ibsen»
<i>Munch</i>	Debatt	DN 06.02.12	«Vårt nye Munch-museum på Tøyen»
<i>Munch</i>	Intervju	VG 28.2.12	«Min Spalte» m/museumsdirektøren
<i>Munch</i>	Debatt	Aftenposten 28.02.12	«Her blir det Munch-museum»
<i>Munch</i>	Debatt	Aftenposten 28.02.12	«Kulturarven viktigst»
<i>Munch</i>	Debatt	Klassekampen 28.02.12	«Munch er viktigst»
<i>Munch</i>	Kunstnyhet	Klassekampen 28.02.12	«Lambda til Venezia?»
<i>Munch</i>	Kunstnyhet	BT 15.09.12	«Nasjonalgalleriet kan bli Munch-museum»
<i>Munch</i>	Debatt	Aftenposten 15.09.12	«Ikke rom for handlingslammelse»
<i>Munch</i>	Debatt	Aftenposten 15.09.12	«Ingen Munch avklaring»
<i>Munch</i>	Debatt	Dagbladet 15.09.12	«Skandaløst av Norge»
<i>Munch</i>	Debatt	Dagbladet 15.09.12	«Bli enige. Nå»
<i>Munch</i>	Debatt	Klassekampen 15.09.12	«Holder fast ved Tøyen»
<i>Munch</i>	Debatt (leserinlegg)	Aftenposten 07.10.12	«Munch-forskning er prioritert»
<i>Munch</i>	Debatt (leserinlegg)	Aftenposten 07.10.12	«Lambda til Drammen»
<i>Munch</i>	Debatt (leserinlegg)	Aftenposten 24.08.12	«Lambda er ikke et alternativ»
<i>Munch</i>	Debatt	DN 15.09.12	«Mange forslag- ingen løsning»
<i>Utstilling</i>	Kunstnyhet	Klassekampen 21.03.12	«Unge kunstnere fra Hedmark»
<i>Utstilling</i>	Kunsttips	Dagbladet	«Kulturtipset»
<i>Utstilling</i>	Kunsttips	Aftenposten 24.05.12	«Luftig kunsthall»
<i>Utstilling</i>	Kunstnyhet	DN Magasinet	«Kunstnerisk gjenoppliving»
<i>Utstilling</i>	Kulturtips	Aftenposten 12.04.12	«Kunstkupp, lissom»
<i>Utstilling</i>	Kulturtips	Aftenposten 15.09	«Urban utforskning i Oslo»
<i>Utstilling</i>	Kunsttips	Aftenposten 15.09	«Samtidens kunsthandel»
<i>Utstilling</i>	Intervju	Aftenposten 12.04	«Hallo! Kjetil Skøyen- møte med fjerne kulturer»
<i>Utstilling</i>	Kunsttips	BT	«Når stillhet blir gull»
<i>Utstilling</i>	Kunsttips	Klassekampen 21.03.12	«For gutter i alle aldre»
<i>Utstilling</i>	Anmeldelse	Klassekampen 21.03.12	«Den teatrale hverdagen»
<i>Utstilling</i>	Anmeldelse	Aftenposten 15.09.12	«Mangelfullt om kunst og musikk»

Billedkunstdekningen i norske medier

Kulturpolitikk/ økonomi	Debatt (kronikk)	Aftenposten 07.10.12	«Vi må investere i kulturarven»
Kulturpolitikk/øk onomi	Kunstnyhet	Klassekampen 12.04.12	«Betaler av egen lomme»
Kulturpolitikk/øk onomi	Kunstnyhet	Dagbladet	«Eggs katt»
Kulturpolitikk /økonomi	Debatt	BT 28.02.12	«Forsvarer norske soldater i nordkoreansk gymnastikk»
Kulturpolitikk/øk onomi	Kunstnyhet	BT 15.09.12	«Ny museumsdirektør»
Politikk	Debatt	Dagbladet 28.02.12	«Ikke propaganda»
Kulturpolitikk/øk onomi	Kunstnyhet	Aftenposten 12.04.12	«Oslo-kunstnere får mest»
Kulturpolitikk/øk onomi	Debatt	Aftenposten 12.04	«Et lavmælt og lite synlig Nasjonalmuseum»
Kulturpolitikk/øk onomi	Debatt	Klassekampen 21.03	«Betaler ikke vederlag»
Arkitektur/ utsmykning	Anmeldelse	Aftenposten 15.09.12	«Traust konserthus ved kaikanten»
Arkitektur/ utsmykning	Anmeldelse	Dagbladet 15.09.12	«Intim bokse mat»
Arkitektur/ utsmykning	Kunstnyhet	BT 15.09.12	«Her blir det mer bybanekunst»
Arkitektur/ utsmykning	Debatt	BT 28.02.12	«Om skulpturer og folk flest»
Kjent person	Kunstnyhet	Dagbladet 21.03	«Kultur i bilder»
Kjent person	Kunstnyhet	VG 25.08.12	«Tilbudt tusenlapp for Rembrandt maleri»
Kjent person	Kunstnyhet	Dagbladet 28.02.12	«Fant Hitlers kunsts katt»
Kjent person	Reportasje	BT 06.02.12	«Bruker apostlenes hester- Fløibanen kun i nøden» (Gunnar Danbolt)
Nerdrum	Kunstnyhet	VG 07.10.12	«Sitatet»
Nerdrum	Kunstnyhet	Dagbladet 07.10.12	«Ble nektet fagdommere»
Annet	Intervju	Aftenposten 28.08.12	«Leselyst»
	Reportasje	BT 07.10.12	«I Ole Landmarks fotspor»
	Kunstnyhet	Aftenposten 12.04.12	«Feelgood på Langøyene»
	Intervju	Aftenposten 21.04.12	«Inviterer inn i sin digitale kunstverden»
	Reportasje	BT 12.04.12	«Utforsker nye horisonter»
	Debatt	Klassekampen 21.03.12	«Søk! Finn!»
	Reportasje	Klassekampen 15.09.12	«Meisla ut realismen»

TABELL: DEKNING BILLEDKUNST, UKEAVISER (fredag)

INNHold	SJANGER	AVIS	TITTEL/SAK
<i>Munch</i>	Debatt (leserinlegg)	Morgenbladet 05.10.12	«Stenersen selektiv sitert?»
<i>Utstilling</i>	Kunsttips	Morgenbladet 10.02.12	“Olsson anbefaler”
<i>Utstilling</i>	Kunsttips	Morgenbladet 23.03.12	“Olsson anbefaler”
<i>Utstilling</i>	Kunsttips	Morgenbladet 13.04.12	“Olsson anbefaler”
<i>Utstilling</i>	Kunsttips	Morgenbladet 28.04.12	«Olsson anbefaler»
<i>Utstilling</i>	Kunsttips	Morgenbladet 14.09.12	«Olsson anbefaler»
<i>Utstilling</i>	Kunsttips	Morgenbladet 05.10.12	«Olsson anbefaler»
<i>Utstilling</i>	Anmeldelse	Morgenbladet 05.10.12	«En postmoderne krambu»
<i>Utstilling</i>	Anmeldelse	Morgenbladet 10.02.12	«Wam-bam the painter man»
<i>Utstilling</i>	Anmeldelse	Morgenbladet 13.04.12	“Den lengste dagen”
<i>Utstilling</i>	Anmeldelse	Morgenbladet 23.03.12	“Og ordene faller som stille regn”
<i>Arkitektur/ Utsmykning</i>	Reportasje	Morgenbladet 05.10.12	«Når veggdyret våkner»
<i>Kjent person</i>	Kunstnyhet	Morgenbladet 14.09.12	“Nye suppebokser fra Andy” (Warhol)
<i>Politikk/økonomi</i>	Kunstnyhet	Morgenbladet 28.04.12	«Bill.mrk brukt seng gis bort»
<i>Kulturpolitikk/ økonomi</i>	Kunstnyhet	Morgenbladet 13.04.12	«EØS-midler til kunstnere og månelandinger»
<i>Kulturpolitikk/økonomi</i>	Kunstnyhet	Dag og Tid 05.10.12	«Nasjonalmuseum må stengja»
<i>Annet</i>	Kunstnyhet	Dag og Tid 23.03.12	“Kåre Tveter er død”
	Reportasje	Morgenbladet 23.03.12	“Folke drone”
	Kunstnyhet	Morgenbladet 14.09.12	“Lars Vilks. Nå sporer han av”

APPENDIKS II

Innhold: Nasjonalgalleriets sendinger, NRK

Dato	Innhold
07.11.2011	-Dokumentar: Magne Furuholmen og hans billedkunst.
14.11.2011	-Stjernefotograf Sølve Sundsbø, fotograferer kjendiser. -Richard Phillips- amerikansk kunstner. Har malt mange unge kjendiser i en kommersiell setting i forbindelse med luksusprodukter. - <i>Stone Dildo</i> av Line Andersen (design, arkitektur).
28.10.2011	-Musikkvideoer: videokunst. Møter filmskaper Kristoffer Borgli.
04.11.2011	-Luksus. «Er luksus det nye dopet?» Møter kunstnere som setter spørsmålstegn ved vår tids fascinasjon for luksusprodukter. -Skulptør Matias Härenstam
11.11.2011	-Hva gjør oss lykkelige? -Arkitektur -Illustratør og grafiker Guttormsgård.
21.11.2011	-Kunstner Akram Zaatari -Menn i kunst: sosialantropolog Runar Døving
28.11.2011	-Motorsykeljakken -Nasjonalgalleriet observerer: VG's journalistiske profil -Kunstner Marianne Heier

APPENDIKS III

Intervjuguide

Hjelpemidler

Under intervjuene brukte jeg båndopptaker og noterte for hånd underveis. Spørsmål og tema hadde jeg skriftlig på et ark foran meg. Båndopptakeren tillot meg å være en aktiv lytter, slik at jeg kunne vie min fulle konsentrasjon til samtalen uten å måtte skrive ned alt som ble sagt. I ettertid kunne jeg spole frem og tilbake i samtalen og finne relevante svar. Samtidig bidrar opptak til at informantene ikke blir feilsitert skriftlig i oppgaven.

Spørsmål og tema under intervjuet

På forhånd hadde jeg en klar idé om hvilke spørsmål jeg ville stille til informantene. Spørsmålene ble utformet på bakgrunn av analys materialet samt hvilke oppfatninger og meninger jeg hadde dannet meg i løpet av prosessen. Samtidig var jeg påpasselig med å plukke ut enkeltsaker som henvendte seg direkte til informanten der det var mulig, enten ved at han/hun ble omtalt eller hadde produsert teksten.

Spørsmålene til kunstkritikeren dreide seg hovedsakelig om hvordan de plukker ut verkene og utstillingene de skal skrive om, og på hvilket grunnlag de skriver anmeldelsene. Jeg var interessert i å vite hva kritikere oppfatter som god kunstkritikk, og hva en god kunstkritikk burde inneholde. Jeg presenterte også analysefunnene mine slik at informanten kunne kommentere dette. I tillegg var jeg interessert i å diskutere hva de mente om kunstkritikker og billedkunstdekningen i dagsaviser kontra ukeaviser.

- Bakgrunn for valg av kunstner/utstilling- hvordan prioriteres relevant stoff?
- Hvorfor blir mediebudskapet ”som det blir”, hvilke overveielser gjøres i en redaksjon eller av tekstprodusenten før stoffet blir presentert i avisen?
- Idealistiske valg eller leserorienterte valg av tekster? Kombinasjon?
- Hvilke forhold har pressen til billedkunstfeltets aktører?
- Hvem oppsøker hvem i forbindelse med eventuell dekning i avisen?

Når det gjelder kunstnerinformanten var jeg mest opptatt av hvordan hun oppfattet dagens billedkunstdekning i et yrkesmessig perspektiv. Jeg presenterte analysefunnet, og var ute etter hvilke medier og kritikere hun syntes ga et representativt bilde av billedkunsten, eventuelt hvem som ikke gjorde det. Jeg ville også ta opp hennes personlige erfaringer med mediedekning og anmeldelser.

- Hvordan opplever du dekningen av billedkunstfeltet i den norske pressen? Både når det gjelder omfanget og det spesifikke innholdet.
- Hvilke aviser føler du gir et representativt bilde av aktiviteten på feltet? Og hvorfor. Hvilke aviser mislykkes med dette? Hvorfor?
- Har du/kollegaer/andre kunstnere du kjenner til opplevd negativ omtale i pressen? Eventuelt positiv?
- Hvordan opplever du kvaliteten og kunnskapsnivået til kulturjournalister generelt?

Hos NBK ville jeg rette mer fokus mot det institusjonelle ved billedkunst, de store linjene. Hva mener NBK, som er en svært viktig institusjon for norske billedkunstnere, om mediedekningen av billedkunsten?

Kildeliste

Litteratur, tidsskrift, artikler og andre ikke-elektroniske kilder

Allern, Sigurd (2001) *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand. IJ-forlaget.

Becker, Howard (1982) *Art Worlds*. Berkeley. California

Bourdieu, Pierre (1995). *Distinksjonen. En sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oslo. Pax.

Brurås, Svein (2010) *Etikk for journalister*. 4. utgave. Bergen. Fagbokforlaget.

Bryman, Alan. (2012) *Social research Methods, 4th edition*. Oxford. Oxford University Press.

Danto, Arthur (2006) *Kunstens avslutning*. Pax.

Dehs, Jørgen (1984) *Æstetiske teorier*. Odense. Odense Universitetsforlag.

Eide, Martin (1992). *Nyhetenes interesse*. Oslo. Universitetsforlaget.

Eide, Martin. (2009) *Journalistiske nyorienteringer*. Oslo. Scandinavian Academic Press.

Fjellro, Ranghild (2007) *Ensom forvirret og redd: en studie av endrede vilkår for norske kunstkritikere i journalistikken og kunsten*. Akademisk avhandling, Universitetet i Oslo

Gentikow, Barbara (2005) *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ Metode*. Kristiansand. IJ forlaget.

Gombrich, E.H (1950), *The Story of Art*. Phaidon Press.

Gripsrud, Jostein. *Mediekultur og mediesamfunn*

Grøntvedt, Paul (2008) *Et kunstverk? Kunstkritikk på tvers* Oslo. Fritt Forlag.

Hauge, Øystein (2008) *Kunstkritikkens marg*. Knapskog, Karl Atle, Larsen, Leif Ove. (2008) *Kulturjournalistikk. Pressen og den kulturelle offentligheten*. Oslo. Scandinavian Academic Press, s.203-228.

Heian M.T, Løglund K. og Mangset P. (2008) Kunstneres levekår. Telemarksforskning-Bø, 2008. *Billedkunst*, 0/2008, s. 7-9

Herkmann, Juha (2010) Televisulization of the Popular Press: An Eye-catching Trend of the Late Twentieth Century's media. Gripsrud, Jostein & Weibull, Lennart (2010) *Media, markets & public spheres*, Chicago, The University of Chicago Press, s. 115-131

Hillestad, Eirin (2007) *Mangfoldige uttrykk, enfoldig fokus? Kulturjournalistikk i møte med en flerkulturell virkelighet*. Akademisk avhandling, Universitetet i Bergen

Hillesund, Terje (1994) *Står det noe nytt? Innføring i analyse av aviser og nyheter*. Fredrikstad, Instituttet for Journalistikk

Habermas, Jürgen. (1971) *Borgerlig offentlighet*. Oslo, Gyldendal

Kant, Immanuel (1995) *Kritikk av dømmekraften*. Oslo, Pax

Karlsen, Jo-Bech. (1991) *Kulturjournalistikk. Avkobling eller tilkobling?* Oslo, Universitetsforlaget.

Kjeldsen, Jens E. (2004) *Retorikk i vår tid. En innføring i moderne retorisk teori*. Oslo, Spartacus forlag.

Knapskog, Karl Atle, Larsen, Leif Ove. (2008) *Kulturjournalistikk. Pressen og den kulturelle offentligheten*. Oslo, Scandinavian Academic Press.

Kristensen, Nette N., From, Unni (2011) *Kulturjournalistikk. Journalistikk og kultur*. Fredriksberg. Samfudslittaratur.

Larsen, Leif Ove (2009) En kulturjournalistikkens renessanse? Om kulturdekningen i papir- og nettaviser. Eide, Martin (2009) *Journalistiske nyorienteringer*. Oslo, Scandinavian Academic press, s. 266-283.

Lund, Cecilie Wright. (2005) *Kritikk og kommers. Kulturdekningen i skandinavisk dagspresse*. Oslo, Universitetsforlaget.

Lund, Cecilie Wright (2000) Forskningsrapport: *Kritikkens rom — rom for kritikk? Kulturstoffets rolle i dagspressen*.

Meyer, Siri (2009) *Hva er et bilde?* Oslo, Pax.

Solhjell, Dag, Øien Jon (2012) *Det norske kunstfeltet*. Oslo, Universitetsforlaget

Torvik M. T., Løglund K., Mangset P., (2006) Kunstnernes aktivitet, arbeids- og inntektsforhold, 2006, Telemarksforskning- Bø, 2008. *Billedkuns Tema*. (2008) s. 7-9

Tjønneland, Eivind (2008) Kultur- og livsstilsjournalistikken på 1700-tallet. En kritikk av Habermas' offentlighetsteori. Knapskog, Karl Atle, Larsen, Leif Ove. (2008) *Kulturjournalistikk. Pressen og den kulturelle offentligheten*. Oslo. Scandinavian Academic Press, s.81-94

Pettersen, Jørn (2012) De graver fram kulturskattene. *Verdens Gang*. 15. september 2012

Østbye, Helland, Knapskog og Larsen (2002) *Metodebok for mediefag*. Bergen, Fagbokforlaget.

Østbye, Helland, Knapskog, Larsen og Moe (2013) *Metodebok for mediefag*. Bergen, Fagbokforlaget.

Faksimile:

Side 57

Aftenposten 15. september 2012: «Alle snakker om samarbeid- ingen vil gi seg». Av Ann Christiansen

Elektroniske kilder i fotnoter (nummerert)

1. fineart.no (u.d) *Nerdrum lurte Medie-Norge- selvfølgelig*. [Internett] fineart.no. Tilgjengelig fra: http://www.fineart.no/doc/nerdrum_bok [Lest 30. oktober 2013]
2. Moxnes, Agnes (2011) Odd Nerdrum og kunstnermyten. *NRK*, 17. august 2011 [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.nrk.no/kultur/nerdrum-og-kunstnermyten-1.7753772> [Lest 02.september 2013]
3. Fjellberg, Anders (2014) Nerdrum tapte skattesaken. *Dagbladet.no*, 01. april 2014 [Internett] Tilgjengelig fra: http://www.dagbladet.no/2014/04/01/kultur/nerdrum-saken/odd_nerdrum/skatt/rettssak/32592787/
4. Hansen, Espen A. og Hansen, Håvard K. (2011) Nerdrums familie raser mot Skavlan. *Verdens Gang*, 30. desember 2011 [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.vg.no/rampelys/tv/media/nerdrums-familie-raser-mot-skavlan/a/10032958/> [Lest 20. september 2013]
5. Risberg, T. (2007) Kronikk. Billedkunsten blir borte. *Aftenposten*. Oppdatert 20.11.11/Publisert 15.04.07 [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/Billedkunsten-blir-borte-6456623.html> [Lest 20.februar 2013]
6. Åmås, Knut Olav (2006) Ti teser for en kritisk kulturjournalistikk. *Aftenposten*. (Oppdatert 21.oktober 2011) /Publisert 27.februar 2006 [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.aftenposten.no/kultur/article325063.ece> [Lest 29. januar 2013]
8. Fransisco de Zubarán (u.d) *Store norske leksikon* [Internett] Tilgjengelig fra: http://snl.no/Francisco_de_Zurbar%C3%A1n [Lest 26. april 2014]
11. Nasjonalgalleriet NRK [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.nrk.no/programmer/sider/nasjonalgalleriet/> [Lest 02. februar 2014]
12. Kunstkritikk.no (u.d) Gunnar Danbolt. *Kunstkritikk.no* [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.kunstkritikk.no/skribenter/gunnar-danbolt/> [Lest 07. mars 2014]
13. NBK (Norske billedkunstneres forening) [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.billedkunst.no/nbk/>
14. Kunstreisen (2014) NRK. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.nrk.no/kunstreisen/>
15. Bergenpuls (2014) *Bergens Tidende* [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.bt.no/bergenpuls/>

16. Ripegut, Halvor (18. april 2014) *Oljearbeideren som fyller fritiden med oljemaling*. [Internett] [sysla.no](http://www.sysla.no) Tilgjengelig fra: <http://www.sysla.no/2014/04/18/oljeenergi/oljearbeideren-som-fyller-fritiden-med-oljemaling/> [Lest 20. april 2014]
17. Kode. Kunstmuseene i Bergen (u.d) *Bård Breivik. History*. [Internett] kodebergen.no Tilgjengelig fra: <http://kodebergen.no/utstillinger/b%C3%A5rd-breivik-history>
18. Røyseng, Siri (2008) *kunstkritikk.no*. En evaluering. [Internett] Norsk kulturråd. Tilgjengelig fra: <http://kulturradet.no/documents/10157/154222/Kunstkritikk080101P.pdf> [Lest 14. februar 2014]
19. Hartvigsen, Gry (u.d) *Bak kulissene. Kunstkritikerens rolle*. [Internett] [fineart.no](http://www.fineart.no) Tilgjengelig fra: http://www.fineart.no/doc/bak_kulissene [Lest 12. mai 2014]
20. Kåre Tveter (u.d) *Store Norske leksikon* [Internett] Tilgjengelig fra: http://snl.no/K%C3%A5re_Tveter [Lest 18. februar 2014]
21. Munch museets nettsider (u.d) [munch150.no](http://www.munch150.no) *Om Munch 150* [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.munch150.no/no/Om-Munch-150> [Lest 03. mars 2014]
22. Ottosen, Peder og Fjellberg, Anders (2012) -Det er dårlige tider for intelligente mennesker. Odd Nerdrum har tegnet nytt Munch-museum på Frogner. *Dagbladet* 08. desember 2012 [Internett] Tilgjengelig fra: http://www.dagbladet.no/2012/12/08/kultur/kunst/edvard_munch/munch-museet/odd_nerdrum/24689913/ [Lest 24. mars 2014]
24. Oslo kommune (2012) OPAKs alternativutredning om nytt Munch-museum [Internett] Oslo Kommune. Tilgjengelig fra: <http://www.oslo.kommune.no/article235282-7690.html> [Lest 15. mars 2014]
26. Solhjell, Dag (2010) *Hustavle for kritikere* [Internett] Tilgjengelig fra: http://www.bgo1.no/book_image/bgo1.pdf [Lest 10. april 2014]
27. Underskog (u.d) *Kjetil Skøien- A place for living with the other* [Internett] underskog.no. Tilgjengelig fra: https://underskog.no/kalender/85237_kjetil-sk%C3%B8ien-a-place-for-living-with-the-other/forestilling/131591 [Lest 29. april 2014]
29. Nergaard, Ketil (2008) Tommy Olssons samlede verker. [Internett] [Kunstkritikk.no](http://www.kunstkritikk.no), 17. august 2008. Tilgjengelig fra: <http://www.kunstkritikk.no/nyheter/tommy-olssons-samlede-verker/?d=no> [Lest 11. februar 2014]

30. Tanum (u.d) *Knust* av Tommy Olsson [Internett] Tilgjengelig fra: <https://www.energica.no/skj%C3%B8nmlitteratur/essays-og-antologier/knust-tommy-olsson-9788204137708> [Lest 30. april 2014]
31. TNS Gallup (2014) *Avislesing* [Internett] Tilgjengelig fra: <https://www.tns-gallup.no/?did=9076948> /Login side: <http://live.tns-gallup.no/gpcrapp/>
32. Bergen Assembly [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.bergenassembly.no/>
33. Potsyd (2012) [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.potsyd.com/>
34. Fauskanger K, Gullestein L. (2013) Unge kunstnere kiler giganten under foten [Internett] *Bergens Tidende*, 16. september 2013 (oppdatert 7. oktober 2013) Tilgjengelig fra: <http://www.bt.no/multimedia/panorama/Kiler-giganten-under-foten-2966765.html#.U3NafxAixrM> [Lest 06. april 2014]
35. Kunnskapsdepartementet (2008) *Utdanningslinja*. [Internett] St.meld. nr. 44 (2008-2009) Oslo, Kunnskapsdepartementet Tilgjengelig fra: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kd/dok/regpubl/stmeld/2008-2009/stmeld-nr-44-2008-2009-/6/3/1.html?id=565307> [Lest 15. april 2014]
37. Medienorge (2013) *Opplagstall i norske aviser* via MBL (Mediebedriftenes Landsforening) og LLA (Landslaget for lokalaviser) [Internett] Tilgjengelig fra: <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&page=avis&queryID=190> [Lest 10. februar 2014]
41. Gali, André og Strøm-Olsen, Nicolai (12. desember 2009) Kunst i pressen [Internett] *kunstforum.no* Tilgjengelig fra: <http://www.kunstforum.as/2009/12/kunst-i-pressen/> [Lest 01. mai 2014]

Andre elektroniske kilder

Aftenposten K [Internett] Tilgjengelig fra: www.kmag.no

Atekst. [Internett] Tilgjengelig fra <http://www.retriever-info.com/no/?redirect=true>

Breivik, Hanna Maria (2008) Kunsten å investere. *Dinside.no*, 22. februar 2008 [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.dinside.no/510576/kunsten-aa-investere> [Lest 12. januar 2014]

Bugge, Erling M (2011) Provokasjonen Odd Nerdrum. *Kritikerlaget*. 8. oktober 2011 [Internett] Tilgjengelig fra: http://www.kritikerlaget.no/nor/pages/654-provokasjonen_odd_nerdrum [Lest 14. mai 2014]

Furusest, Sissel (2008) Kritikk som retorisk handling. *Kunstkritikk.no*, 23. september, 2008 [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.kunstkritikk.no/artikler/kritikk-som-retorisk-handling/?d=no> [Lest 25. mars 2014]

Hansen E., Braastad J. (2011) Her er Nerdrums eksklusive slottsidyll. *Dagbladet* 17. juli 2011 [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.vg.no/rampelys/her-er-nerdrums-eksklusive-slottsidyll/a/10096673/> [Lest 11. november 2013]

Kirkekunst (2013) Wikipedia [Internett] Tilgjengelig fra: <http://no.wikipedia.org/wiki/Kirkekunst> [Lest 03. mars 2014]

Kulturdepartementet (2011) Visuell kunst. St.meld. nr. 23 (2011-2012) Oslo, Kulturdepartementet. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/regpubl/stmeld/2011-2012/meld-st-23-20112012/10/1.html?id=680691> [Lest 25. februar 2013]

Kulturrådet (u.d) *Den kulturelle skolesekken* [Internett] Kulturrådet. Tilgjengelig fra: <http://kulturradet.no/dks/om-dks> [Lest 18. april 2014]

Kunstkritikk.no (2013) Tilgjengelig fra: <http://www.kunstkritikk.no/>

Kunstkritikk (2014) *Store norske leksikon (2005-2007)* [Internett] Tilgjengelig fra: <http://snl.no/kunstkritikk> [Lest 15. april 2014]

Lekve, Maria (2011) Alle kan investere i kunst. *Dinepenger.no*, 23. oktober 2011 [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.dinepenger.no/bruke/alle-kan-investere-i-kunst/10014963> [Lest 09. mars 2014]

Lund, Cecilie W (2001) Må kritikken vike for PR-stoffet? /*Kulturskrift* [Internett] Utgave 4/2001 Tilgjengelig fra: http://www.localmotives.com/hoved/tema/nr_4/kulturskrift.pdf [Lest 21. mars 2014]

McErland, Fergal (2012) First Neanderthal cave paintings discovered in Spain. *Newscientist.com* 10. februar 2012 [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.newscientist.com/article/dn21458-first-neanderthal-cave-paintings-discovered-in-spain.html#.U29y1hAixrN> [Lest 15. februar 2014]

Munch museet (2013) *Wikipedia* [Internett] Tilgjengelig fra: <http://no.wikipedia.org/wiki/Munch-museet#Flytting> [Lest 05. mars 2014]

Røed, Kjetil (2010) Kunstnerens plass i media. *Billedkunst* [Internett] Utgave 1/2010 [Publisert 05. februar 2010] Tilgjengelig fra: <http://www.billedkunstmag.no/node/1746> [Lest 03.mai 2014]

Skog, Christian L (2002) Litteraturkritikkens forpliktelser. Formidling eller informasjon? *Vinduet* [Internett] 11. november 2002. Tilgjengelig fra: <http://arkiv.vinduet.no/tekst.asp?id=299> [Lest 02. mai 2014]

Sletten, Katinka (2012) Kranglet med naboen, flyktet landet og slo opp med pressen. Dette er Nerdrum-skandalene. *Dagbladet*, 4. oktober 2012. [Internett] Tilgjengelig fra: http://www.dagbladet.no/2012/10/04/kultur/odd_nerdrum/kunst/fengsel/rettssak/23539619/ [Lest 10. november 2013]

Statistisk sentralbyrå (SSB) via Medienorge (2014) *Lesing av papiravis og nettavis en gjennomsnittsdag*. *medienorge.uib.no* [Internett] Tilgjengelig fra: <http://medienorge.uib.no/statistikk/medium/avis/360> [Lest 13. mai 2014]

Statistisk sentralbyrå (SSB) *Norsk kulturbarometer 2012* [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/attachment/113702?ts=13eac012f98> [Lest 02. mars 2013]

Steihaug, Jon Ove (2013) Ut av et kritisk vakuum. *Kunstkritikk.no*, 20. november, 2013. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.kunstkritikk.no/artikler/ut-av-et-kritisk-vakuum/> [Lest 10. mars 2014]

Storfjell, Ingvar (2010) Kunsten å investere. *Aftenposten.no*, 19. mars 2010 [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.aftenposten.no/okonomi/innland/Kunsten--a-investere-5321997.html#.UqoUPWRDuQE> [Lest 12. januar 2014]

The Guardian (2013) Francis Bacon triptych Three Studies of Lucian Freud sets auction record. www.theguardian.com (13. november 2013) [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.theguardian.com/artanddesign/video/2013/nov/13/francis-bacon-triptych-lucian-freud-auction-video> [Lest 29. februar 2014]

Tønneson, Øyvind (2014) Hunter S. Thompson. *Store norske leksikon*. [Internett] Tilgjengelig fra: http://snl.no/Hunter_S._Thompson [Lest 06. april 2014]

Audiovisuelle kilder- fjernsyn

Nasjonalgalleriet, NRK

(Episodene er sett på i uke 11 og 12 2014)

- 28. oktober 2011: <http://tv.nrk.no/serie/nasjonalgalleriet/mktf03001413/28-10-2013>
(ikke tilgjengelig for streaming per dags dato)
- 07. november 2011: <http://tv.nrk.no/serie/nasjonalgalleriet/mktf03002211/07-11-2011>
- 14. november 2011: <http://tv.nrk.no/serie/nasjonalgalleriet/mktf03002311/14-11-2011>
- 21. november 2011: <http://tv.nrk.no/serie/nasjonalgalleriet/mktf03002411/21-11-2011>
(ikke tilgjengelig for streaming per dags dato)
- 28. november 2011: <http://tv.nrk.no/serie/nasjonalgalleriet/mktf03002511/28-11-2011>
- 04. november 2013: <http://tv.nrk.no/serie/nasjonalgalleriet/mktf03001513/04-11-2013>
(ikke tilgjengelig for streaming per dags dato)
- 11. november 2011: <http://tv.nrk.no/serie/nasjonalgalleriet/mktf03001513/04-11-2013>
(ikke tilgjengelig for streaming per dags dato)

Auditive kilder- radio

Kunstreisen, NRK P2

(Sendingene er lyttet til 26. april 2014)

- 15. februar 2014: <http://radio.nrk.no/serie/kunstreisen/mktr03000714/15-02-2014>
- 15.mars 2014: <http://radio.nrk.no/serie/kunstreisen/mktr03001114/15-03-2014>
- 20. april 2014: <http://radio.nrk.no/serie/kunstreisen/mktr03001614/20-04-2014>