

# **Den tause kunstformidlingen**

**- En eksperimenterende utforskning av  
kunstformidlingens former**

**Bacheloroppgave i kunst og design, studieretning kunst og  
formidling**

Kandidatnummer: 39

KDK3910, 2021-22



# Innholdsfortegnelse

## 1. Innledning

1.1 Problemstilling, problemformulering og avgrensning.....	2
1.2 Fremgangsmåte.....	2
1.3 Struktur.....	3
1.4 Begrepsopklaring.....	3

## 2. Drøfting og nedslagsfelt

2.1 Kunstformidling i dag.....	4
2.2 Felix Gonzalez Torres og Blue Placebo.....	6
2.3 John Dewey's fullstendige, ufullstendige og estetiske erfaringer.....	9

## 3. Praktisk-estetisk arbeid

3.1 Innledning.....	11
3.2 Prosess.....	12
3.3 Modellene.....	15
3.3.1 Modell nummer en – Emosjonell.....	15
3.3.2 Modell nummer to – Pauser og hvilesteder.....	17
3.3.3 Modell nummer tre – Skape trygge rammer, unngå automatiske holdninger.....	18
3.4 Kritisk vurdering.....	20

## 4. Avslutning

4.1 Sammendrag og avslutning.....	21
4.2 Kilder.....	22

# 1. Innledning

## 1.1 Problemstilling, problemformulering og avgrensning

**Kan eksperimenterende formidlingsgrep i utstillingsrommet tilrettelegge for estetiske erfaringer *uten* formidler til stede?**

Oppgaven skal med eksperimenterende holdning undersøke hvordan ulike formidlingsgrep gjennom *paratekster* i Astrup Fearnley-museets samling kan tilrettelegge for John Dewey sine *estetiske erfaringer* med verket «Untitled» (*Blue Placebo*) av Felix Gonzalez Torres, for betrakteren med svake bånd til museet.

Det er mye spennende tematikk som burde utforskes når det gjelder dagens kunstformidling. For eksempel det å utforske kunstformidling gjennom nyskapende, digitale løsninger for å møte publikums forventninger, samtiden og samtidskunsten. Andre relevante utforskninger er hvordan de flytende rollene internt i kunstinstitusjonene gir uklare ansvarsområder, og på den måten påvirker formidlingen, og der med erfaringen av kunsten. Et annet interessant perspektiv når det gjelder kunstformidling i dag er den stadige økningen av kunstformidling laget av pr- og markedsføringsbyråer, og hvordan dette påvirker møtet mellom betrakter, kunsten og museet i seg selv.

## 1.2 Fremgangsmåte

Fremgangsmåten brukt til denne bacheloroppgaven har vært etter hermeneutisk metode, hvor prosessen har basert seg på å vekselvis tilnærme relevant teori fra og utenfor pensum, og gjøre praktisk-estetiske nedslag.

## 1.3 Struktur

Denne oppgaven er strukturert i ulike deler. Først vil den drøfte perspektiver fra kunstformidlingsfeltet for å underbygge valgte nedslagsfelt. Deretter følger en kort innføring av Gonzalez-Torres sitt kunstnerskap og verket, «*Untitled*» (*Blue Placebo*). Etter dette går oppgaven gjennom John Dewey sine estetiske, ufullstendige og fullstendige erfaringer, sammen med fortolkninger og direkte overføringer av disse til museums kontekst. Den praktisk-estetiske prosessen følger deretter, hvor valg og fravalg begrunnes gjennom utprøvinger og refleksjoner. Fra denne delen vil også oppgaven referere til vedlegget som visualiserer den praktiske-estetiske prosessen, sammen med scenarioer i museumsrommet som utforsker kunstformidlingen gjennom eksperimenterende bruk av paratekster. Mot slutten av teksten blir det presentert tre ulike formidlingsdesign gjennom formidlende paratekster i museumsrommet. Disse vises i et praktisk-skapende arbeid i form av arkitektoniske modeller som teoretisk tilrettelegger for estetiske erfaringer med verket «*Untitled*» (*Blue Placebo*). Til slutt svarer oppgaven på problemstillingen og drøfter det praktisk-estetiske arbeidet, i tillegg til den teoretiske utforskningen.

## 1.4 Begrepsoppklaring

### *Paratekster*

Befinner seg *rundt* kunsten i former av symboler, tekster og tegn, og fungerer som formidlerens hjelpemidler i henvisning til kunsten (Solhjell, 2007, s.26). De kan opptre i ulike former, som *skriftlige* paratekster gjennom etiketter og brosjyrer, eller *scenografiske* paratekster som trafikkelementer, sokler, monterings-elementer, benker og lyssetting (Solhjell, D, 2007, s.87)

### *Readymade*

Masseproduserte nyttegenstander som taes ut av sin opprinnelige funksjonssammenheng og settes inn i kunstsammenheng (Johansen, R.B, 1970, s.189).

### *Activated spectatorship*

Samspill mellom verk og betrakter aktiveres i møte med kunstverket (Bishop, C, 2005, s.102).

### *Installasjon*

Skaper en situasjon som betrakteren fysisk deltar i hvor betrakter blir sett på som en integrert del av fullføringen av et kunstverk (Bishop, C, 2005, s.6).

## 2. Drøfting og nedslagsfelt

### 2.1 Kunstformidling i dag

Det er kjent at kunstformidlerens oppgave er å skape broer mellom betrakter og kunstverk, og for å skape disse broene i museumsrommet, har satsfeltet stort sett basert seg på en mellommenneskelig kunstformidling. Dette sees tydelig gjennom den store fremveksten av formidlingsprogrammer som: prosessorienterte verksteder, omvisninger, kunstprater og andre sosiale tilnærminger, hvor målet er å innvie et nytt publikum. Den dialog- og deltakerbaserte tilnærmingen påpekes av Boel Christensen-Scheel i boken «Kunstformidling, fra verk til betrakter» som potensielt problematisk for formidlingsansatte da de i utgangspunktet ikke har utdanning i pedagogisk og sosial utveksling (Scheel, B.C, 2019, s.42-46.). Nikita Mathias og Gerd Elise Mørland drøfter i samme bok sine perspektiver rundt kunstformidlingens antatte formater i omvisninger og foredrag, hvor de skriver at disse ikke nødvendigvis resulterer i gode museumserfaringer (Mathias, N & Mørland, G.E, 2019, s.80). De mellommenneskelige formidlingsstrategiene har vært i fokus hos store kunstinstitusjoner over i lang tid. Dette vises for eksempel i Nasjonalmuseets offisielle strategi frem til 2016 hvor noen av hovedprioriteringene var «aktiviteter som styrker og tilrettelegger møtet mellom kunsten og publikum.» (Jensen, J.E, 2019, s.2). Til tross for fremveksten av formidlingsprogrammene stiller stadig fagfeltet spørsmål rund hva kunstformidlingens formål *egentlig* skal være.

Kunstinstitusjonene har inntatt en ny rolle i forsøk på å utvide publikumsbasen ved å stadig bli mer hybride. Resultatet har fått betegnelsen *The third place*, et begrep utviklet av sosiologen Ramon Oldenburg, som beskriver tendenser der kulturinstitusjoner oppfører seg som et alternativt opphold- og aktivitetssted til jobben og hjemmet (Myrvold, B.C & Mørland, G.E, 2019, s.23). Sammen med denne utviklingen har forventningene til museet økt, og dermed forventningene til kunstformidlerne, når det kommer til å skape sosiale møtesteder. Ikke bare har formidlingen måttet tilpasse seg deretter, men utviklingen har også laget spørsmål om hva den kan bety for kunstfeltet i seg selv. I artikkelen «Hvorfor formidle kunst?», stiller kunstkritiker og kurator Maria Lind spørsmål rundt målgruppene museet forsøker å nå ut til, og hvordan dette stadig øker distansen til kunstnerisk eksperimentering (Lind, M, 2019, s.100). Spørsmålet kan tolkes som at kunstuttrykkene vi ser på museet står til fare å bli marginalisert i møte breddekulturen. På den ene siden kan det ikke forventes at en kunstner skal kompensere med sitt kunstfaglige nivå for at det lettere skal komme i møte med den

«uinnvidde» betrakteren, og på den andre siden kan det ikke forventes at betrakteren skal ha en bred kunstfagkunnskap, ettersom dette ikke er integrert i utdanningssystemet. Så hvem skal komme disse potensielle motsetningene i møte? Perspektivene fra Lind rundt den økte splittelsen mellom faget og kunstinstitusjonenes mål om å nå ut til så mange som mulig, har også Mathias og Mørland reflektert rundt i et kulturpolitisk-perspektiv. De skriver om hvordan definisjonen av *kvalitet* i kulturpolitikken måles gjennom besøkstall, og hvordan disse står i strid med kvalitetskravet fra fagavdelingene til kunstformidlingen. «Når kulturpolitikken krever økt kvalitet, må derfor kvalitetsbegrepet redefineres på en måte som inkluderer et uinnvidd publikum.» (Mathias, N, & Mørland, G.E, 2019, s.80). Så blir det da de faglige kvalitetskravene som til slutt må vike?

Det Moderna Museet i Stockholm har i lengre tid tilrettelagt for kunstformidling gjennom *kunstner* som formidler, hvor fokuset har vært å invitere betrakteren til *estetiske erfaringer*, fremfor å ha fokus på læringsaspekter ved formidlingen (Engen, L & Scheel, B.C, 2022, s.473-474). *Erfaringen* av kunsten har altså rådet over det faglige ved å gå bort fra *læring* i tradisjonell forstand, mot andre kvalitetsmål (estetiske erfaringer) i møte med kunsten. Det at møtet med kunsten bør være en erfaring mener også Myrvold og Mørland og de skriver at for at den skal bli det må erfaringen *tenkes* inn i formidlingsformene, og kunstformidlingen i dag endres (Myrvold, B.C & Mørland, G.E, 2019, s.15). Perspektivene fra fagfeltet som oppgaven til nå har gått igjennom viser et uttalt behov for å utforske kunstformidlingens potensielle former. Derav denne oppgavens eksperimenterende holdning og utforskning rundt hva disse kan være. For å følge satsningen til kunstinstitusjonene for å innvie den uinnvidde publikummeren, har målgruppen for utforskningen vært museumsgjengeren med svake bånd til museet. Ettersom fremveksten av sosiale formidlingsprogrammer gjennom formidler i dag er stor, har denne oppgaven gjort det motsatte ved å utforske kunstformidling i museumsrommet *uten* formidler til stede. På denne måten vil oppgaven også potensielt utforske spillerommet til kunstformidleren i museumsrommet, men målet med utforskningen å lage et formidlingsdesign som tilrettelegger for John Dewey sine *estetiske erfaringer* i samlingen til Astrup Fearnley-museet med det konseptuelle verket «*Untitled*» (*Blue Placebo*) av Felix Gonzalez Torres.

## 2.2 Felix Gonzalez Torres og *Blue Placebo*

Felix Gonzalez Torres var en amerikansk-cubansk kunstner som ofte brukte sine egne erfaringer og personlige hendelser i kunsten og «*Untitled*» (*Blue Placebo*) er intet unntak. Verket jobber innen *readymade*-tradisjonen og er en av installasjonene i serien «Candy spills» (Bishop, C, 2005, s.115). Det består av 130 kilo, blå, cellofaninnpakkede drops og er et interaktivt verk hvor et *activated spectatorship* oppstår når betrakteren plukker sukkertøy fra installasjonen. *Blue placebo* kan oppleves som vanskelig for betrakteren med svake bånd til museet, ettersom det for mange ikke ligner kunst. Verket som forblir et vagt spørsmålstejn i underbevisstheden har potensiale til å sette dype spor, for som Clair Bishop skriver, kan verkets tematikk oppleves nesten uutholdelig gripende (Bishop, C, 2005, s.115). 130 kilo var nemlig den samlede kroppsvekten til Gonzalez-Torres og hans partner Ross Laycock da Laycock var syk med AIDS. Laycock døde av sykdommen i 1991 og samme året lanserte Gonzalez-Torres «Candy Spills» (Bishop, C, 2005, s.115) med blant annet verket *Blue Placebo*. For hvert sukkertøy som tas bort fra haugen blir vekten mindre, og med tiden vil Laycock sin vekt forsvinne helt fra haugen, og Gonzalez-Torres sin vekt blir liggende igjen alene på gulvet. Gonzalez-Torres beskrev at verket inneholder metaforer som frykten for å miste og lykken i å elske, å vokse, å forandre seg, å alltid bli mer en det en var, å miste seg selv sakte og for å så igjen starte på nytt (Bishop, C, 2005, s.115). Uunngåelig skaper disse metaforene tanker om kjærlighet, død og tid. Tittelen *Blue Placebo* gir også verket politiske aspekter på regjeringens håndtering av AIDS-krisen på 80 og 90-tallet (Bishop, C, 2005, s.113).

Gonzalez-Torres blir beskrevet som uredd når det gjaldt kunstinstitusjonenes konvensjoner og brøt ned barrierer mellom faggrupper og publikums forventninger ved å involvere museumsvakter under planlegging og formidlingen av hans kunst (Astrup Fearnley Museet, 2022). Gonzalez-Torres sin kunst kan tolkes som en forlengelse av postmodernistiske bevegelser fra 1960-tallet, hvor de konseptuelle utformingene med fokus på prosesser og tanker bak verket var gjeldende (Butler, C, 2002, s.81). Gonzalez-Torres har sammen med mange andre kunstnere tatt inspirasjon fra de tidlige konseptkunstnerne, hvor det konseptuelle og minimalistisk utformede gikk hånd i hånd (Butler, C, 2002, s.82), slik som *Blue Placebo*. Dorteia von Hantelmann beskriver bevegelsene på 60-tallet som et paradigmeskift i kunstverden (og samfunnet), hvor fokuset ble flyttet fra objektet/kunsten, mot betrakteren

(Hantelmann, 2014). Skiftet betegner hun som *The experiential turn* og beskriver samtidens fokus på produksjonen av *erfaringer* (Hantelmann, 2014). I museologisk perspektiv går paradigmeskiftet i tråd med museets utvikling fra 1800-tallets monumentale og høytidelige museumsrom, til 1900-tallets sanitære og nøytrale *white cube* (Lange, S, 2013, s.37). *The white cube* gjenkjennes for sine hvite vegger og rene flater, og kan ansees som det autonome utstillingsformatet i samtidskunstmuseet i dag, slik som Astrup Fearnley-museet. Det ble skapt for å være et nøytralt utgangspunkt for kunsten som vendte seg mot betrakteren og dens erfaringer, og slik var ikke museet lenger et sted for å lære, men for å gode opplevelser og erfaringer (Mathias, N & Mørland, G.E, 2019, s.79). Selv om *The white cube* skulle være nøytral i møte med kunsten, har den blitt kritisert for å jobbe mot seg selv. Ifølge den østeriske kunstner og kuratoren Peter Weibel, så vil det å ta kunstverkene ut av sine kontekster samtidig legge skjul på potensielle fortolkningsrammer (Lange, S, 2013, s.39). Sett på denne måten er det kanskje ikke rart om betrakteren faktisk får flere utfordringer i *white cube* når den skal erfare kunsten, med få tekster og sporadiske «ikke rør» symboler som minner den på at her må man oppføre seg på en spesiell måte.

For det er tydelig at normene i utstillingsrommet kan påvirke kunsterfaringen; «De fleste beveger seg fra sted til sted, der de *betrakter* hvert kunstverk, *snakker lavmælt* sammen og gir uttrykk for sin mening om det, de *tar standpunkt* til det, *bedømmer dets kvalitet*.» (Solhjell, 2007, s.23). Her beskriver Dag Solhjell rollen til publikum og hva som forventes av dem i kursiv for å understreke de sosiale normene i en slik kontekst. Denne teksten ble skrevet for over tjue år siden og burde derfor taes med en klype salt, men det er ikke utenkelig at publikummeren har lignende forestillinger om hvordan å oppføre seg i en slik kontekst i dag, og kanskje påvirker de den subjektive erfaringsverdien i utstillingsrommet. For vi *har* tanker om hvordan å oppføre oss i denne konteksten, og sammen med oppfattelsen om at «kunsten på kunstmuseet skal ikke røres!», kan potensielt interaktive verk som *Blue Placebo* være mer kommentaravhengig nettopp for at betrakteren skal tørre å samhandle med det. Som museumsvert hos Astrup Fearnley-museet observerer jeg for ofte at *Blue Placebo* blir liggende alene uten deltagelse fra publikum - og dette til Gonzalez-Torres sin store skrekk da han selv har sagt: «I need the viewer, I need the public interaction. Without a public these works are nothing, nothing. » (Bishop, C, 2007, s.115). Når den tilgjengelige informasjonen i utstillingsrommet begrenser seg til tradisjonelle etiketter med tittel, kunstner, materiale og dimensjoner, blir interaksjonen en utfordring for betrakteren med svake bånd til museet. Er det andre tekster i museumsrommet, så henvender de seg ofte til det allerede «innvidde»



publikummet gjennom et akademisk språk. Line Engen og Boel Christensen-Scheel drøfter tekst i utstillingsrommet i boken «Kunstformidling for et nytt museum», hvor de problematiserer den retoriske utformingen av tekstene med grunnlag i flere undersøkelser som viser at flertallet av publikum ikke forstår eller får noe ut av disse (Scheel, B.C & Engen, L, 2022, s.478). Etiketten til *Blue Placebo* i dag er mulig en av tekstene som den uinnvidde betrakteren ikke får stort ut av, men denne teksten skal ikke endres etter ønske fra kunstneren. Grunnen er at sammen med verket følger et sertifikat som spesifiserer teksten som skal være på etiketten. I tillegg til den ønskede teksten følger et notat hvor det står at museet selv kan velge å legge til setningen «*Please take one*». Ifølge arkivar Hege Kjeldsen hos Astrup Fearnley har museet frem til nå valgt å *ikke* ta i bruk oppfordringen (Kjeldsen. H, personlig kommunikasjon, 27.april, 2022). Sertifikatet legger tilsynelatende rammer for formidlingen av den, men til tross for dette har likevel museene tatt seg friheter utover beskrivelsene i sertifikatet. Det står nemlig ikke at *verbal* formidling av kunstverket er tillatt, men dette blir gjort likevel gjennom former som omvisninger, digitale formidlingsvideoer og kortere kunstprater. På bakgrunn av at den verbale formidlingen av verket utføres til tross for at det ikke er spesifisert i sertifikatet, kan det ikke være problematisk å utforske formidlingen av verket gjennom paratekster i utstillingsrommet, slik denne oppgaven skal gjøre. Gonzalez-Torres skal selv ha uttalt at han ønsket at verket skulle re-aktualiseres ved å stilles ut på nye måter og oppfordrer kunstmuseene til å eksperimentere. Kanskje er det ikke usannsynlig at Gonzalez-Torres i dag også ville sagt at *formidlingen* av verket burde følge tiden, særlig med tanke på hans engasjement rundt publikumsforventinger og involvering av museumsvakter i kunstformidlingen (Astrup Fearnley Museet, 2022). For om det kun skal være etiketten uten videre veiledning i museumsrommet, hvor ofte vil betrakteren med svake bånd til museet ha en estetisk erfaring med *Blue Placebo*?

## 2.3 John Dewey's fullstendige, ufullstendige og estetiske erfaringer

Erfaringer er noe vi mennesker har hele tiden uten være klar over det og grunnen til dette, er ifølge John Dewey, at vi alle er en del av livsprosessen og interaksjonen mellom den levende verden og omgivelsene som er del av denne (Dewey, J, 2008, s.196). Denne oppgaven skal som kjent utforske hvordan å skape *estetiske* erfaringer for betrakteren, men for å ha en estetisk erfaring, må erfaringen for det første være fullstendig. Derfor må det avklares hva som er en fullstendig erfaring, og Dewey har skrevet hva dette kan innebære i mange ord: «... når det materialet vi erfarer får nå frem til fullbyrdelse.» (Dewey, J, 2008, s.196), og: «Det er ingen hull, ingen mekaniske sammenføyninger eller dødpunkter når vi har en erfaring. Det forekommer pauser, hvilesteder, men de understreker og definerer bevegelsen.» (Dewey, J, 2008, s.197). Om dette overføres til museumskontekst, kan de *mekaniske sammenføyningene* kanskje mentalt oppstå i betrakteren på bakgrunn av de uskrevne reglene som påvirker erfaringen? For om betrakteren fokuserer på å oppføre seg «riktig», kan den da potensielt glemme å *erfare* kunsten fordi den heller inntar en automatisk holdning på bakgrunn av forestillingene? Og *dødpunktene* kan kanskje oppstå om betrakteren mangler veiledning i utstillingsrommet og på den måten ikke får et videre grunnlag til å fortsette *bevegelsen*, som det å plukke opp et sukkertøy fra en interaktiv installasjon? Inntreffer en av disse dødpunktene eller mekaniske sammenføyningene, har betrakteren dessverre ikke oppnådd mer enn en *ufullstendig* erfaring.

En ufullstendig erfaring er i følge Dewey ikke estetisk, så for å redegjøre for potensielle farer som kan true formålet til formidlingsgrepe så må det avklares grundigere hva en ufullstendig erfaring er. En ufullstendig erfaring beskrives av Dewey som: «vi begynner og stanser opp, ikke fordi erfaringen har nådd det endepunkt for hvis skyld den ble igangsatt, men på grunn av avbrytelser utenfra eller indre slapphet.» (Dewey, J, 2008, s.196). Altså kan en fullstendig erfaring umulig oppstå om det ikke når sitt *endepunkt*, og det må ikke være *avbrytelser*, men slik vi leste i tidligere sitat, kan *pauser* og *hvilesteder* bidra til å definere *bevegelsen*. *Hvilesteder* i en museumskontekst kan på en side tolkes som det mentale stedet vi befinner oss når vi beveger oss fra ett kunstverk til et annet. Det lille rommet hvor man er ferdig med å innta et verk og klar for det neste, og slik videreføres *bevegelsen* i form av en tankeerfaring. Eller så kan kanskje de nevnte *pauser* og *hvilesteder* faktisk direkte overføres

til sitteplasser i museumsrommet? Og for at *hvilestedene* skal *understreke* og *definere* bevegelsen, hva som det fantes noe materiale om verket ved disse sitte plassene som førte betrakteren videre i *bevegelsen* mot den *estetiske* erfaringen?

Den estetiske erfaringen beskriver Dewey at innehar en *estetisk kvalitet* og hva denne kvaliteten kan være forklares i sitatet: «Den estetiske kvaliteten som kompletterer en erfaring og gjør den fullstendig og hel, har jeg omtalt som emosjonell.» (Dewey, J, 2008, s.201). Denne emosjonelle komplementeringen kan tenkes å kunne oppstå i møte med *Blue Placebo*, da det bærer med seg universell tematikk som kjærlighet, tid og død. Dewey legger til en kommentar når det gjelder emosjonell som kvalitet, og det er at det emosjonelle må til en viss grad være kontrollert. For eksempel vil ikke et anfall hos et misfornøyd barn kvalifiseres som emosjoner som bidrar til en estetisk erfaring (Dewey, J, 2008, s.201). Altså: ukontrollerte, følelsesmessige utbrudd er ikke godkjent! I avsnittet skriver også Dewey at estetiske erfaringer som utelukkende er lystige gir ikke like intense estetiske erfaringer (Dewey, 2008, s.201). Tolket man dette i en museums kontekst kan det altså være vanskeligere for betrakteren å ha en estetisk erfaring med et kunstverk som for eksempel kun spiller på humor eller er lystige uten videre.

Denne type fortolkninger og direkte overføringer om hva som kan være en estetisk, ufullstendig og fullstendig erfaring er forankret i de eksperimenterende formidlingsgrepene i utstillingsrommet. Før oppgaven går inn i den praktiske prosessen og undersøkelsene av formidlingsgrep må et par ting avklares. Det som kan ansees som eksperimenterende kunstformidling er nødt til å ta utgangspunkt i utstillingsformatet/konteksten den befinner seg i. I dag kan kunst ofte sees utstilt på utradisjonelle utstillingssteder som klesbutikker, vinbarer, kafeer og så videre. Eksperimenterende formidling i disse kontekstene vil så klart være på bakgrunn av omgivelsene. De eksperimenterende formidlingsgrepene i denne utforskningen jobber i den autonome *White cube* 'en på Astrup Fearnley Museet. Det er på bakgrunn av Astrup Fearnley museets utforming *i dag* at de formidlende paratekstene er eksperimenterende. For ser man på paratekstene i samlingen hos Astrup Fearnley så opptrer de i former av hvite etiketter på veggene, tekster, «Ikke rør»-symboler på stativer og vegger (Vedlegg.1), nedtrukne/optrukne rullgardiner (Vedlegg.2), lyssetting, tekster og QR-koder som fører til formidlende lydfiler (Vedlegg.3).

## 3. Praktisk estetisk arbeid

### 3.1 Innledning

Det praktisk-estetisk arbeidet har kulminert i tre arkitektoniske modeller laget for å illustrere teoretiske formidlingsgrep gjennom paratekster med direkte overføringer og filosofiske tolkninger av John Dewey sine estetiske erfaringer. Illustrasjonsmodeller av ulike paratekster drøftet i den akademiske teksten er plassert på blå utstillingshyller til orientering og visualisering. De teoretiske formidlingsgrepene vises i modellene i form av brikker med graveringer av ulike ikoner som tekstformater, lydfiler, berøringssymboler, trafikkelementer og plasseringer av disse. I utformingen av formidlende paratekster følger også tre formidlingstekster med tilhørende lydfiler og en nettside som refereres til i vedlegget.

Under drøftingen av det praktisk-estetiske arbeidet bruker jeg noen av å mine egne erfaringer fra praksisperioden min hos Norske Billedkunstnere (NBK) i 2021. NBK står ansvarlige for å arrangere Statens Høstutstilling hver høst på Kunstnernes hus i Oslo, og det var under den 134 Høstutstillingen at jeg var hos dem. En av oppgavene jeg fikk som praksisstudent var å sette sammen en modell som viste utstillingslokalene til Kunstnernes hus. Modellen ble senere plassert i utstillingssalene hvor juryen/kuratorene brukte modellen til å flytte 108 små bilder som representerte forskjellige kunstverk (Vedlegg.4). Kurateringsfasen var så klart mye mer kompleks enn dette, men det var tydelig praktisk og tidssparende for juryen å bruke modellen for å utforske plasseringer av verk. Denne oppgaven utforsker ikke kuratering av kunstverk, men det er med inspirasjon fra denne kurateringspraksisen som har vært katalysatoren for å lage arkitektoniske modeller for å planlegge og illustrere formidlingsarbeid gjennom paratekster. Perspektiver på hvordan å bruke slike modeller i en formidlingspraksis for å planlegge formidlingsarbeid på større utstillingssteder er perspektiver oppgaven går innom. I tillegg til dette drøftes perspektiver på universell utforming, og hvordan slike modeller potensielt kan gi svaksynte og blinde et inntrykk av utstillingsrommet, og kunsten i den på en ny måte. Refleksjonene kommer oppgaven kommer tilbake til senere i teksten.

## 3.2 Prosess

Den praktiske prosessen startet med ulike former for skissearbeid gjort med blyant- og akvarell. Disse utforsket hvordan å eksperimentere med retorikk og plasseringer av skriftlige paratekster rundt *Blue Placebo* (Vedlegg.5). Samtidig ble utforskninger på hvordan de tenkte formidlingsgrepe skulle illustreres på best mulig måte, hvor avgjørelsen landet på å illustrere disse gjennom arkitektoniske modeller (Vedlegg.6). Utrykket det praktisk-estetiske arbeidet har er på bakgrunnen av et ønske om å skape en visuell tilknytning til verket, *Blue Placebo*. På samme måte som sukkertøyene er fabrikkerte bestillingsgjenstander, er de nøyaktige laserkuttete delene modellene består av ment å gjenspeile det fabrikkerte uttrykket. Tidlige utprøvinger av materialer som kappa-papp, papir, treverk i ulike tykkelser, kuttet med modelleringskniver eller saks ga ikke dette fabrikkerte uttrykket, derfor falt material- og teknikkvalget på bruk av MDF plater og laserkutter. Tidlig i prosessen hadde jeg ikke tilgang på byggetegningene til Astrup Fearnley, så de første prototypene ble utformet på øyemål og kuttet med laserkutter (Vedlegg.7). Gjennom de første prototypene ble det tydelig at den ene vegg i modellen uten vinduer gjorde det upraktisk å se formidlingsgrepe i modellene. Dermed falt avgjørelsen på å lage et «kikkevindu» i modellene, i tillegg til å gravere plasseringer av kunstverk, vegger og trapper i museet (Vedlegg.8). Senere fikk jeg tilgang på snitt-tegninger og *blueprints* gjennom administrasjonen på Astrup Fearnley museet. Slik ble arkitekturen gjenskapt gjennom Adobe-programmene *InDesign* og *Illustrator* før de ble laserkuttet (Vedlegg.9). Nedskaleringen av modellene er 1:100 på bakgrunn av utstillingsforholdene i galleriet til PP 33, for store modeller ville tatt for mye plass i galleriet, mens for små ville være lite brukervennlige for å illustrere formidlingsgrepe. Ulike størrelser ble prøvd ut gjennom å faktisk bygge modellene og teste ut i rom (Vedlegg.10).

Utforskning om hvordan andre utstillinger brukte formidlende paratekster i utstillingsrommet ble gjort ved å besøke andre utstillinger. Hennie Onstad kunstsenter som i utstillingen «Hvert øyeblikk teller» viste *Blue Placebo*. I etiketten deres sto en oppfordring til å ta drops fra verket, men med teksten «Please take only one» istedenfor «Please take one» (Vedlegg.11). Denne observasjonen ga videre inspirasjon til eksperimentering av paratekster og retorikk for å finne «smertegrensene» til formidlingsgrepe. Dette ble gjort gjennom visualiseringer i *Photoshop* vekselvis med drøftinger av Dewey. Ulike bilder knyttet til HIV og AIDS tematikken i verket ble vist i form av sykesenger (Vedlegg.12) og HIV-medisiner

(Vedlegg.13) gjennom prosjektorer. Dette ble tydelig et for stort inngrep i verket og konklusjonen falt på å ikke ta i bruk optiske virkemidler som del av det teoretiske formidlingsarbeidet. Videre ble utforskninger for å ta i bruk setningen «Please take one». Dette ble gjort med utprøvnings som skilt med setningen som møtte betrakteren på stativ i rommet, og ved å blåse opp setningen til det ekstreme og plassere det på gulvet (Vedlegg.14). Lik de optiske virkemidlene gjorde også disse grepene for store inngrep i verket og ble derfor også valgt bort. Deretter ble versjoner av «Ikke rør»-symbolene i museet rekonstruert til «rør»-symboler og plassert i museumsrommet (Vedlegg.15) ved hjelp av *Photoshop*. Dette ble også gjort med skiftelige-paratekster ved å ta de *ut* i rommet og plassere de på pidestaller (Vedlegg.16). Flere scenografiske grep ble utforsket gjennom oppholds-elementer som benker (Vedlegg.17).

Med perspektiver på universell utforming for svaksynte og blinde på det praktisk-estetiske arbeidet, ble det gjort utprøvnings med punktskrift i modellene med kunstverks titler, årstall og kunstners navn. På denne måten skulle svaksynte og blinde kunne orientere seg i modellen ved å kjenne på formene av gravingene og deretter lese titler og kunstner i punktskriften (Vedlegg.18). En slik modell kan potensielt gi svaksynte og blinde et inntrykk av arkitekturen og plassering av kunst i museet på en ny måte. Dette er ikke en oppgave som spesialiserer seg på universell utforming for svake og blinde, og med gravingene av punktskrift også inne i modellene kunne det oppleves sånn. Valget falt derfor på å lage nye modeller uten gravinger med punktskrift i modellen, men heller lage et orienteringsskilt (Vedlegg.19) vedsiden av modellen. Skiltet er veiledende på lik linje for alle som ser modellene, hvor all tekst i skiltet også vises i en alternativ punktskrift. Svaksynte og blinde skal gjennom skiltet få informasjon om skaleringen gjort i modellene, orientering i kunstner, titler og årstall, for å så berøre og gjenkjenne de samme formene i modellen som illustrerer kunstverkene. I det universalt utformede aspektet er modellene kun prototyper da utformingen ikke oppfyller Blindeforbundets retningslinjer på punktskrift eller tekst (Blindeforbundet, 2022). Modellene burde også være laget i et mer slitesterkt materiale enn MDF.

For at de arkitektoniske modellene skulle gjenspeile *white cube*-formatet var planen å male de med hvit maling. Utprøvnings ble gjort med forskjellige typer maling (Vedlegg.20) og antall malerstrøk. Utprøvningsene viste at veggene til modellene som ble håndmalt ga et for stort uttrykk av tilstedeværelsen til mennesket gjennom teksturen fra malerstrøkene. Spraymalingen unngikk teksturen, men der modellen hadde vinduer kom spraymalingen steder de ikke skulle

til tross for bruk av maskeringsteip (Vedlegg.21). I tillegg til dette ble graveringer i gulvene delvis til helt forsvunnet under spray-malingen (Vedlegg.22). Valget falt derfor på å ikke male de arkitektoniske modellene og heller å slippe ned alle delene, men også dette var en utprøvende prosess. For grov korning i sandpapiret slepte ned graveringene i modellen til det usynlige, og for fin korning var for tidkrevende. Korning 800-1200 balanserte mellom de to nevnte utfordringene og ble brukt for å pusse ned alle delene tilhørende modellen for hånd (Vedlegg.23).

Miniatyrbenker, pidestaller og symboler ble laget i MDF med hjelp av laserkutter og tre-lim (Vedlegg.24) for å så bli brukt til å lettere se for seg formidlingsgrepene i utstillingsrommet. De ble plassert i tidlige versjoner av de arkitektoniske modellene, samtidig som teori fra John Dewey sine estetiske erfaringer ble drøftet. Under denne utprøvingen kom ideen om at formidlingsavdelinger på større utstillingssteder potensielt kan bruke slike modeller for å planlegge formidlingsarbeid. Derfor ble miniatyrmodellene av paratekstene videreutviklet til illustrerende brikker for å øke brukervennligheten. Jeg designet brikker med graveringer av ulike paratekster som tekster, lydelementer, sitteplasser og andre symboler i InDesign før de ble laserkuttet og pusset (Vedlegg.25). Deretter falt valget på å i tillegg til de arkitektoniske modellene å skulle lage modeller av de ulike formidlende paratekstene brukt i formidlingsdesignet i utstillingsrommet. Det ble gjort for å visualisere betydningen av brikkene og utformingen av formidlende paratekster (Vedlegg.26). For å understreke den estetiske utformingen tematisk til *Blue Placebo* ble hyllene og brikkene malt blå, slik verket selv er blått. Utforskningene av paratekstene førte med seg en konklusjon hvor de eksperimenterende grepene baserte seg på plasseringer og monteringer av tekster, retorikk rettet mot målgruppen, trafikkelementer og spesialtilpassede formidlende paratekster spesifikt til *Blue Placebo*. De fleste tekster som ville vært vegghengt er tatt ut fra veggene og opphøyd på pidestaller. To av modellene har og QR-koder som enten fører til en utradisjonell Audio-guider eller en informerende nettside med tilgang til en formidlingsvideo laget av Astrup Fearnley museet. Nå skal teksten presentere de ulike tre eksperimenterende formidlingsdesign gjennom fortolkninger av John Dewey sine estetiske erfaringer, og for å understreke hvilke grep som er ment å videreføre tolkningene av Dewey sine estetiske erfaringer, er hans beskrivelser skrevet i kursiv.

## 3.3 Modellene

### **Arkitektoniske modeller**

L: 80cm, B: 24cm, H: 10cm x 3

### **Modeller som visualiserer formidlingsgrep i utstillingsrommet**

Variable størrelser

### **Brikker som illustrerer formidlingsgrep i utstillingsrommet i arkitektoniske modeller**

L: 2cm, B: 2mm, H: 2cm

### **Orienteringsskilt**

L: 14cm, B: 10cm, H: 14,5cm

**Materiale: MDF (3mm), blå spraymaling, trelim**

### 3.3.1 Modell nummer en – Emosjonell

#### **Formidlende paratekster i modellen:**

Lydfil/tekst.1 (x 2), lydfil/tekst.2, lydfil/tekst.3, «Ta på»-skilt og benk.

I modell nummer en (Vedlegg.27) møter man flere brikker som viser flere lyd- og tekstikoner, og et benkikon. Plasseringer av lyd og tekst-ikoner illustrerer at innholdet kommer i både lyd- og tekstformat. Det skriftlige formatet er alternativt til lydformatet, utformet med perspektiv på universell utforming for hørselshemmede og døve, men også for mennesker uten smarttelefon. For svaksynte og blinde finnes punktskrift som veileder til QR-koden som fører de til lydklippet. Modellen baserer seg på estetisk erfaring gjennom bruk av retoriske grep og plasseringene av disse i museumskontekst, som skal fungere emosjonelt på betrakteren. Dette er på bakgrunn av utsagnet tidligere nevnt fra Dewey hvor den *estetiske kvaliteten* som komplementerer erfaringen er *emosjonell* (Dewey, 2008, s.201). Betrakteren er ment å starte *prosessen* for den estetiske erfaringen like etter den har kommet inn i museet. Plasseringen av QR-koden som fører til lydfil og tekst er plassert på en pedestall 120 cm over bakken (Vedlegg.28) for å bryte med publikumsforventingene hvor informasjon ellers er montert direkte på veggen. Forventingsbrytningen er ment å skille museumsopplevelsen fra tidligere museumsbesøk og dermed gi museumsbesøket sin egen *individualiserte kvalitet*. Dette kan



nemlig føre til en estetisk erfaring, ved å først bli en fullstendig erfaring; «... erfaring er en helhet, og i seg bærer den sin egen individualiserende kvalitet og selvtilstrekkelighet. Det er en erfaring.» (Dewey, J, 2008, s.196). I lydklipp/tekst.1 møter man en tekst (Vedlegg.29) som er kort og henvender seg direkte til betrakteren for å skape interesse og nysgjerrighet. Nysgjerrigheten er katalysatoren for den sammenhengende *bevegelsen* mot *fullbyrdelsen* av en potensielt estetisk erfaring med verket. Retorikken bryter også med den betrakteren vanligvis blir møtt med i museumsrommet som ofte er kunstfaglig og henvender seg til det innvidde publikummet. Lydklipp/tekst.1 er i tillegg til å være plassert ved trappen også plassert ved inngangen til heisen hvor mennesker som må bruke heis kan få den samme informasjonen. Fra heisen er det fri sikt ut i rommet og mot verket, slik fungerer retorikken også fra denne vinkelen (Vedlegg.30).

Mellom lydklipp/tekst.1 og lydklipp/tekst.2 møter betrakteren på flere verk som sett i lyset av sitatet: «Idet én del fører til en annen og én del viderefører det som gikk forut for den, vil hver del oppnå et eget særpreg.» (Dewey. J, 2008, s.197), kan *videreføringene* i museumskontekst være betraktningene av andre verk rundt *Blue Placebo*, hvor hver oppnår sitt eget særpreg og på den måten bygger opp under den estetiske erfaringen. Eller så kan det være lydklippene som tar med betrakteren gjennom den påbegynte *bevegelsen* som startet ved lydklipp/tekst.1. Lydklipp/tekst.2 (Vedlegg.31) er utformet slik at om betrakteren ikke fikk med seg tekst/lydklipp.1 så kan den møte lydklipp/tekst.2 og på den måten starte sin *bevegelse* mot *fullføringen* av en estetisk erfaring, der. Med ufullstendige svar og forhåpentligvis en næret nysgjerrighet fra lydklipp/tekst.2 går betrakteren mot benken i enden av rommet som vender seg mot *Blue Placebo*. På veien møter betrakter et «Ta på»-skilt før den møter benken med lydklipp/tekst.3 (Vedlegg.32). Benken som vender seg mot kunstverket gir betrakteren mulighet til å sitte ned og lese/høre lydklipp/tekst.3. Lydklippet er annerledes enn de to første ved at det er lagt på to minutter fra sangen *An Ending* av Brian Eno i lydklippet (Eno, B, 1983, *An Ending* [sang]. E.G. Records). Hører en ikke lydklippet er retorikken utformet slik at den er ment å vekke følelser gjennom å ta med betrakteren inn i metaforer og som resonerer hos de fleste. Den får tid til å se på verket med nye øyne fra det å i begynnelsen være et lystig syn i et museumsrom, til å bli møtt med noe av det tunge innholdet. Dette er gjort på bakgrunn av Dewey sitt sitat; «... det gis færre intenst estetiske erfaringer som utelukkende er lystige.» (Dewey, 2008, s.201). Ved å bruke Ross Laycock sitt navn menneskeligjør det han i større grad enn om kun referert til som «partner» av Gonzalez-Torres.

Denne modellen har brukt utradisjonelle retoriske grep, monteringer og plasseringer av disse for å tilrettelegge for estetiske erfaringer. Disse er ment å bryte med forventningene til publikummeren og gi opplevelsen av verket en *individualiserende kvalitet*. Retorikken gjør betrakteren klar over hvilken sentral rolle den har i verket, og kanskje på denne måten blir enda mer engasjert i tematikken. Plasseringene av de scenografiske og retoriske paratekstene følger betrakteren i *bevegelsen* mot *fullbyrdelsen* av erfaringen.

### 3.3.2 Modell nummer to – Pauser og hvilesteder

#### Formidlende paratekster i modellen:

«Ta på»-skilt x 2, benk x 3, brosjyrer x 3

I modell nummer to (Vedlegg.33) begynner formidlingen av verket først når betrakteren står i nærheten av *Blue Placebo*. Illustrert i modellen er det regnet med at betrakteren har flere potensielle trafikkmønstre før den møter på *Blue Placebo*. På veien til verket møter betrakteren andre verk og bare dette i seg selv er med på å bygge opp under en estetisk erfaring om man tolker Dewey i sitatet; «... den skiller seg fra det som gikk forut og det som kom etter.» (Dewey. J, 2008, s.197), for *Blue Placebo* ligner ikke noen av verkene passert i utstillingsrommet, og på den måten vil den naturligvis *skille seg* ut fra verkene både før og etter. Beveger betrakteren seg mot verket vil den møte først et «Ta på»-skilt, før den møter enda et (Vedlegg.34). Om betrakteren ikke samhandlet med verket etter det første skiltet, får den videre oppfordring til å gjøre det ved skilt nummer to. Om skiltene er katalysatoren for at betrakteren samhandler med verket, kan dette virke opp under den estetiske erfaringen da verket til Gonzalez-Torres er et steg nærmere til å nå sin *fullbyrdelse*.

Langs veggen visa vi *Blue Placebo* er det plassert tre benker som i denne modellen fungerer som direkte tolkninger av Dewey sine *opphold, pauser og hvilesteder* (Vedlegg.35). På bankene finner betrakteren informasjon om verket gjennom tekst og punktskrift i form av brosjyrer (Vedlegg.36). Retorikken her er ulik fra modell nummer en hvor den ikke i *like* stor grad vektlegger det å fremprovosere emosjoner, men ettersom at innholdet i verket er svært emosjonelt blir dette naturligvis en del også av den retoriske utformingen også her. Teksten gir en kort innføring i noe av verkets tematikk og kunstnerskapet til Gonzalez-Torres.

Informasjonen om verket i form av brosjyrer er plassert ved benkene slik at *pausene* og *hvilestedene* understreker den påbegynte *bevegelsen* med *Blue Placebo*.

Denne modellen baserer seg på plasseringer av symboler i utstillingsrommet som oppfordrer betrakteren til å berøre verket, og benker som her er ment som *opphold* i den estetiske erfaringen med verket. Den dominerende tanken bak denne utformingen er at formidlingen av verket ikke skal legge betrakteren under direkte veiledende beskjeder som i modell en, men heller tilrettelegge for et miljø hvor betrakter kan oppholde seg over lengre tid for å så tilnærme seg mer informasjon om verket. Plasseringene av de retoriske- og scenografiske paratekstene er nære verket fordi de forsøker å unngå *avbrytelser* og indre *slapphet* som kan potensielt ødelegge for den påbegynte *bevegelsen* til den estetiske erfaringen. Dette er vektlagt på bakgrunn av sitatet: «Vi erfarer, men det vi erfarer er så løst og springende at det ikke er en erfaring. Det skulle være unødvendig å si at slike erfaringer er ikke-estetiske.» (Dewey, 2008, s.200). Modellen er verken streng eller tilfeldig, men forsøker å ligge i den gyldne middelveien mellom de ytterpunktene i tråd med Dewey sine beskrivelser av *estetikkens fiende*, som på den ene siden er det tilfeldige og formløse, og den andre siden er det strenge og rigide (Dewey, 2008, s.200).

### **3.3.3 Modell nummer tre – Skape trygge rammer, unngå automatiske holdninger**

#### **Formidlende paratekster i modellen:**

Orienteringsskilt/brosjyre x 2, «Ta på»-skilt, glassmonter med tomme godteripapir

Modell nummer tre (Vedlegg.37) jobber med utgangspunkt i en forventningsavklaring like etter inngangen til museet for å trygge betrakteren i museumskonteksten. Det er mulig at den forutinntatte rollen betrakteren har når den inn i museet, bidrar til en automatisert oppførsel, og dette vil vi unngå. Dewey beskriver det automatiske som en fiende for den estetiske opplevelsen; «Aktiviteten er for automatisk til at man har noen fornemmelse av hva det dreier seg om og hva den vil ende i.» (Dewey, 2008, s.199). Denne modellen jobber derfor for å trygge museumsgjengeren ved å gi den et tydelig bilde av hva den beveger seg inn i. Dette er løst gjennom et såkalt «orienteringsbrosjyre» (Vedlegg.38), med en romoversikt (Vedlegg.39) plassert ved inngangen til museet. Brosjyrene sin retoriske utforming har tatt utgangspunkt i

teksten som vises ved inngangen i samlingen i dag (Vedlegg.40). Brosjyrene viser også til symbolene brukt i lokalene (Vedlegg.41), oversikt over rom, hvor man finner toaletter, hvilken del av museet som ikke er utstillingsrom. Modellen gir betrakteren en mulighet til å orientere seg til bygget slik at den raskere kan innta en selvsikker holdning og kan bruke tiden i museet til å erfare kunsten, fremfor å være usikker.

Det som kanskje fortsatt er et ubesvart spørsmål, er en 110 cm høy pidestall som betrakter må bevege seg rundt når den skal inn/ut av museet. På pidestallen står en firkantet, åpen glassmonter hvor det ligger små, blå cellofanpapir, lik de i verket til Gonzalez-Torres, men uten godteri (Vedlegg.42). Høyden på beholderen er tilpasset slik at alle mennesker, høye og lave, kan rekke over hånden over beholderen. Godteripapirene er ment å så et «mentalt frø» ved inngangen til museet, som senere i møte med *Blue Placebo* potensielt kan føre til et «eureka-øyeblikk». Dette kommer teksten snart tilbake til. Orienteringsbrosjyrene er plassert på begge sidene av pidestallen med godteripapirene for å minimere sjansen for at betrakter går forbi brosjyrene uten å ta en med seg. Etter tomme godteripapirer og orienteringsbrosjyrer så er neste formidlende paratekst helt fremme ved verket i form av «ta på»-symbol på veggen bak verket (Vedlegg.43). Om betrakteren ikke allerede har sett sammenhengen mellom cellofanpapirene de møtte ved inngangen og verket tidligere, har den på dette tidspunktet blitt oppfordret av berøringssymboler bak verket på veggen. Denne modellen bruker tilnærmet samme etikett som Astrup Fearnley museet bruker i dag, med henvisning til QR-kode (Vedlegg.44) som tar betrakteren videre til en nettside (Vedlegg.45) hvor det er en formidlingstekst til verket i tillegg til en formidlingsvideo laget av Astrup Fearnley Museet. På denne måten vil betrakteren få mer innsikt i tematikken til *Blue Placebo* enten gjennom teksten på nettsiden eller formidlingsvideoen til Astrup Fearnley.

Denne modellen jobber mot den estetiske erfaringen gjennom å trygge betrakteren i omgivelsene slik at den kan bruke tiden i museet til å *erfare* kunsten, og ikke innta en *automatisk* holdning på bakgrunn av usikkerhet knyttet til normer og regler. I motsetning til de andre modellene er det ingen videre formidlende tekster plassert rundt verket annet enn etiketten som finnes i museumsrommet, men QR-koden på etiketten fører heller til en nettside for mer informasjon om verket i tillegg til en formidlingsvideo. Glassbeholderen med de blå cellofanpapirene gir betrakteren *fornemmelsen* av hva *aktiviteten vil ende i* allerede ved inngangen, og spiller derfor en viktig rolle for å tilrettelegge for den estetiske erfaringen i modellen. I det betrakteren skjønner at verket kan berøres ved veiledningen fra

berøringssymbolene, kan minnet av de tomme cellofanpapirene ved inngangen indikere at sukkertøyene også kan spises, for så og plassere papiret i glassbeholderen på vei ut av museet. Formidlingsgrepe jobber med skriftlige paratekster i former av orienteringsbrosjyrer tilrettelagt for å trygge tilværelsen til betrakteren i rommet for å unngå *automatiske holdninger*. Sammen med det mindre tradisjonelle formidlingsgrepet som er spesifikt utformet for *Blue Placebo* som gir betrakteren anelse om hva *aktiviteten skal ende i*, tilrettelegger formidlingen gjennom paratekster på denne måten for estetiske erfaringer med verket *Blue Placebo*.

### 3.4 Kritisk vurdering

Oppgaven har nå presentert tre forslag gjennom arkitektoniske modeller (Vedlegg.46) som tilrettelegger for estetiske erfaringer for betrakteren med svake bånd til museet. Hadde det fantes mer tid til utformingen av det praktisk-estetiske arbeidet er det flere ting som kunne blitt gjort annerledes. Med bedre tid kunne en mer nøyaktig gjenskapelse av Astrup Fearnley-museet blitt bygget med faktiske trapper, vegger innvendig og ulike gulv-nivåer.

Graveringene i selve modellene som viser skrift, trapper og vegger skulle også vært dypere (Vedlegg.47). Deler av punktskriften i de arkitektoniske modellene har hatt en for konsentrert laser og derfor kuttet igjennom i modellene og laget hull i veggene (Vedlegg.48). Hadde jeg hatt mer tid og materialer ville jeg laserkuttet disse delene på nytt.

Oppgaven har måttet begrense seg til et utvalg av paratekster for hva som vært mulig å utforske under bachelor-perioden. Hadde det fantes mer tid til utforskning, og oppgaven var større, ville utvalget vært større. Det ideelle for utforskningen hadde også vært å plassere ut paratekstene i utstillingsrommet til Astrup Fearnley-museets samling, men dette har ikke vært mulig å gjennomføre.

## 4. Avslutning

### 4.1 Sammendrag og avslutning

Oppgaven har gjennom teoretiske utforskninger drøftet hvor vidt det er mulig å tilrettelegge for estetiske erfaringer gjennom paratekster for betrakteren med svake bånd til museet, uten formidler til stede. Utforskningen har basert seg på en praktisk-skapende produksjon som har hatt en dyp forankring i det teoretiske nedslagsfeltet. Produksjonen har innebært bruk av redigeringsprogrammene *Adobe InDesign*, *Illustrator* og *Photoshop*, laserkutting og pussing av MDF-plater, visuelle utprøvinger med maling, og bygging av modeller ved hjelp av trelim. Det er mange potensielle farer for at de teoretiske grepene ikke fungerer slik de er skrevet om i denne oppgaven. For selv om disse har fokusert på produksjonen av estetiske erfaringer, er det ikke sikkert de når igjennom til betrakteren. Dette kan skje gjennom ukontrollerbare faktorer som lager de fryktede *avbrytelsene* eller den *indre slappheten*. Modellene presenterer forslag til hvordan å *tilrettelegge* for estetiske erfaringer. Om formidlende paratekster kan tilrettelegge for estetiske erfaringer med «*Untitled*» *Blue Placebo* kan man på en måte argumentere for at er mulig på bakgrunn av tolkningene og drøftingene denne oppgaven har gjort. På en annen måte, så vil kriteriene for estetiske erfaringer variere fra person til person, ettersom erfaringer er subjektive og personlig betinget. Det å lage et formidlingsdesign i museumsrommet som skal treffe betrakteren med svake bånd til museet er en utfordring, fordi disse finnes på tvers av sosiale klasser og kulturer. En formidler kan forsøkte å tilrettelegge for John Dewey sine estetiske erfaringer gjennom formidlende paratekster i utstillingsrommet med *Blue Placebo* ved å selv gjøre egne fortolkninger av hva dette innebærer. Om disse fortolkningene resonerer hos betrakteren derimot, må hver og en vurdere.

## 4.2 Kilder

Astrup Fearnley Museet (Produsent). (2021). (*Let's Talk Art, Felix Gonzalez-Torres - Untitled (Blue Placebo)*) [Formidlingsvideo]. Oslo, Norge. Astrup Fearnley museet

[https://www.youtube.com/watch?v=9H9ReM8SqDU&ab\\_channel=AstrupFearnleyMuseet](https://www.youtube.com/watch?v=9H9ReM8SqDU&ab_channel=AstrupFearnleyMuseet)

Bishop, C. (2005). *Activated Spectorship* fra *Installation art*. (s.102-133). Tate Publishing

Butler, C. (2002). *Conceptualism* fra *Postmodernism, a very short introduction*. (s.78-85)

Oxford University Press

Blindeforbundet. *Punktskrift*. Hentet 16.mai 2022 fra

<https://www.blindeforbundet.no/universell-utforming/punktskrift>

Dewey, J. (2008). «Å gjøre en erfaring» fra *Art as Experience (1934)*. Bale, K. (Red.) *Estetisk teori, en antologi*. Universitetsforlaget

Eno, B. (1983). *An Ending (Ascent)* [sang] fra *Apollo: Atmosphere and Soundtracks* [Album].

(0:00-2:00). E.G. Records

Eek Jensen, J. (2019). Inn i bildet: Fra rollen som betrakter til rollen som aktør. *Nordic*

*Journal of Art and Research*, 8(1). <https://doi.org/10.7577/information.3596>

Engen, L & Scheel, B.C. (2022). *Den nye formidlingen i kunstmuseet* fra *Et kunstmuseum i endring? Nye formidlingspraksiser i Norden* (s.464-49). Museumsforlaget

*Felix Gonzalez Torres* fra *afmuseet.no*. Hentet 10.mai 2022 fra

<https://www.afmuseet.no/kunstnere/felix-gonzalez-torres/>

Felix Gonzalez-Torres Foundation. *Untitled Blue Placebo*. Hentet 9.mai 2022 fra

[www.felixgonzalez-torresfoundation.org/works/untitled-blue-placebo](http://www.felixgonzalez-torresfoundation.org/works/untitled-blue-placebo)

Johansen, R.B. (1970). *Ready-made* fra *Kunstordbok*. (Reitan, R, Overs.) Tiden Norsk Forlag. (Opprinnelig utgitt 1965)

Lind, M. (2019). *Hvorfor formidle kunst?* fra *Formidling for et nytt museum*. Nasjonalmuseet. (s.99-110). ISBN 978-82-154-134-4 fra <https://www.nasjonalmuseet.no/contentassets/d28c138a14f542eda421a12dc5a50407/formidling-for-et-nytt-museum-no-27.9.19.pdf>

Lange, S. (2013). *Den hvite boksen* fra *Utopi*. Paragone, nr.4. (s.37-39). [https://issuu.com/paragone/docs/paragone\\_nr.4\\_-\\_utopi\\_web?lipi=urn%253Ali%253Apage%253Ad\\_flagship3\\_profile\\_view\\_base%253BXFkTr38iRHKGvyyZj5DUmw%253D%253D](https://issuu.com/paragone/docs/paragone_nr.4_-_utopi_web?lipi=urn%253Ali%253Apage%253Ad_flagship3_profile_view_base%253BXFkTr38iRHKGvyyZj5DUmw%253D%253D)

Myrvold, B.C & Mørland, G.E (red.). (2019). *Kunstformidling, fra verk til betrakter*. Pax forlag.

*Om Astrup Fearnley Museet*. fra *afmuseet.no*. Hentet 6.mai 2022 fra <https://www.afmuseet.no/om-astrup-fearnley-museet/>

Solhjell, D. (2007). *Formidler og formidlet, en teori om kunstformidlingens praksis*. (2.utg.). Universitetsforlaget.

Von Hantelmann, D. (2014). *The experiential turn*, Walker Art, 7.mai 2022 fra <https://walkerart.org/collections/publications/performativity/experiential-turn>



# Vedlegg 1) Fotodokumentasjon

Vedlegg.1



Vedlegg.2



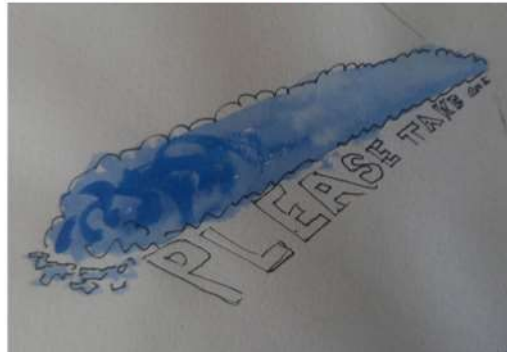
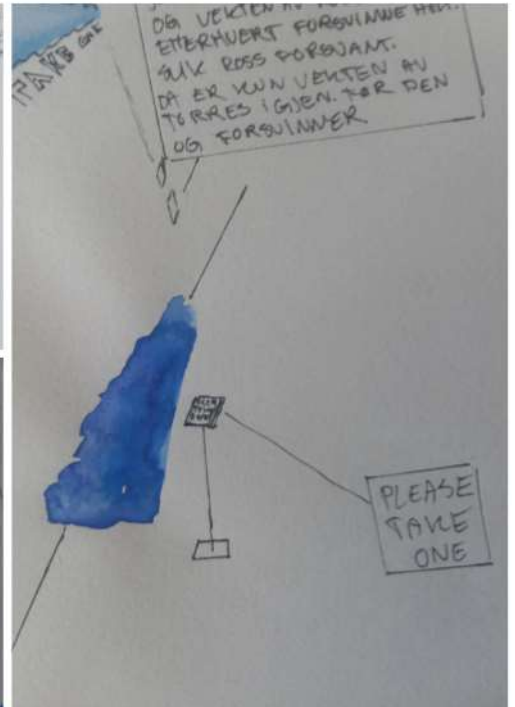
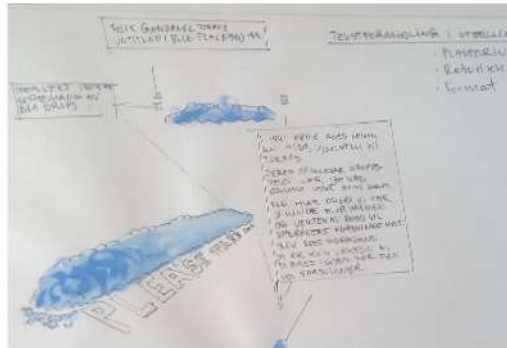
Vedlegg.3



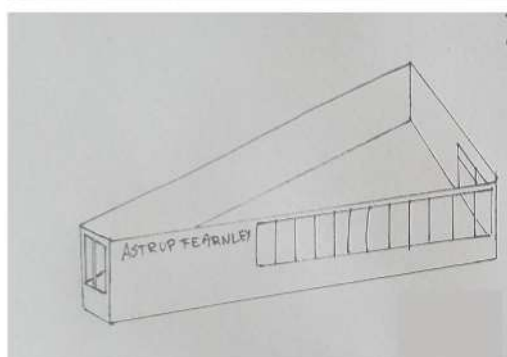
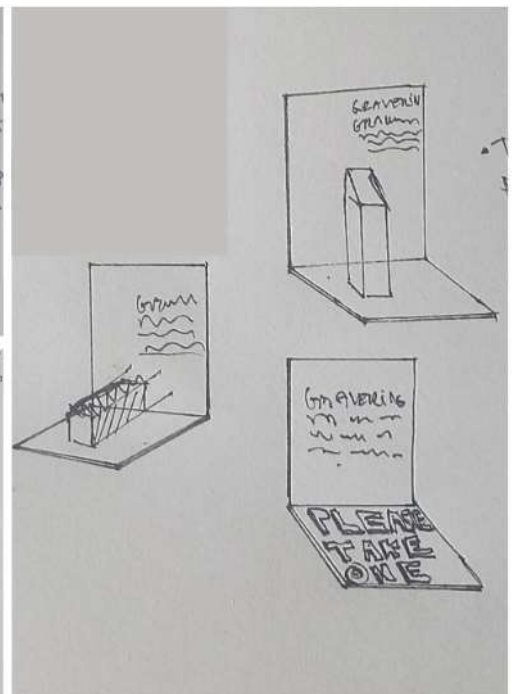
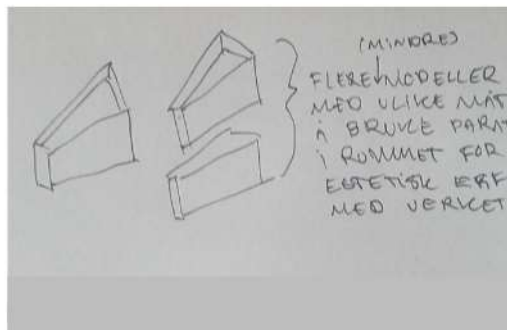
Vedlegg.4



Vedlegg.5



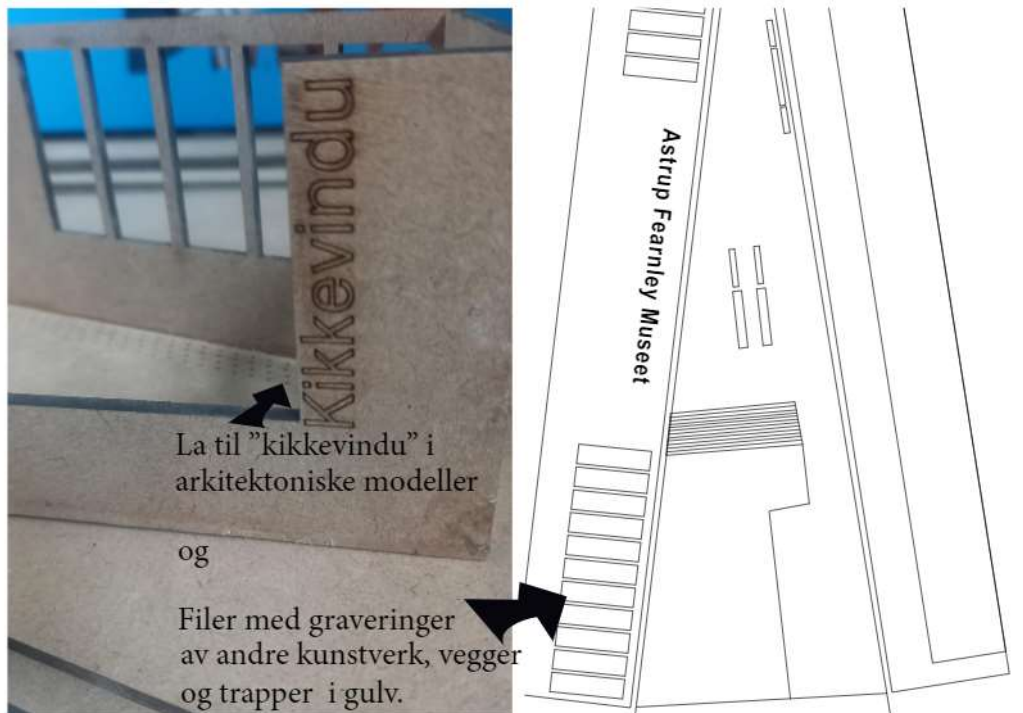
Vedlegg.6



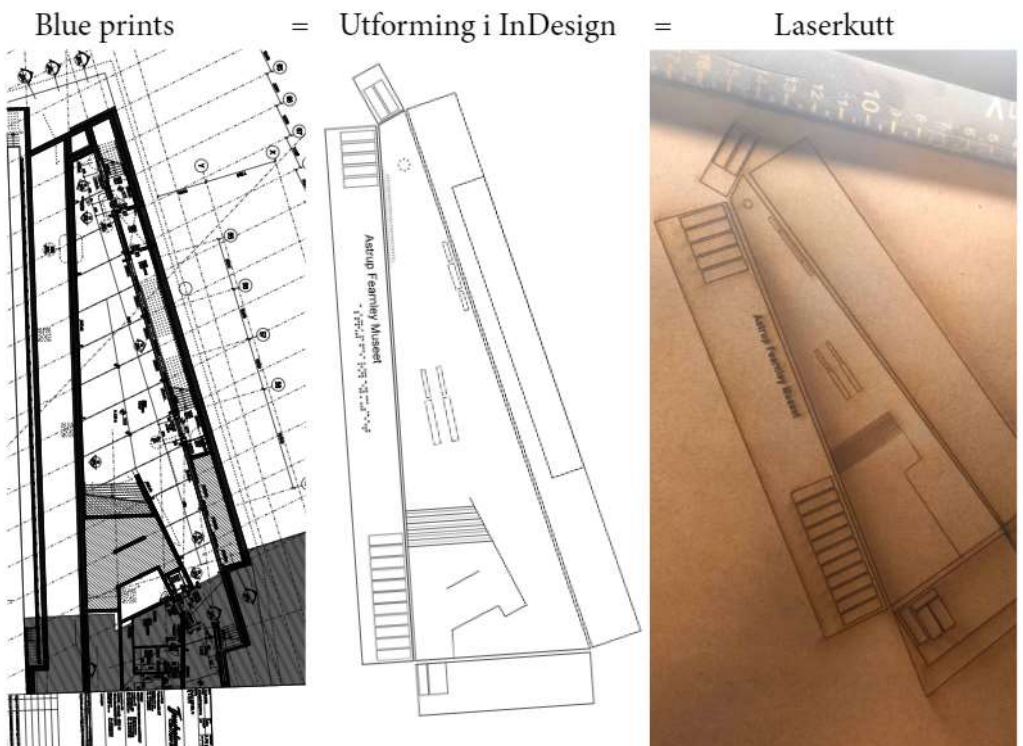
Vedlegg.7



Vedlegg.8



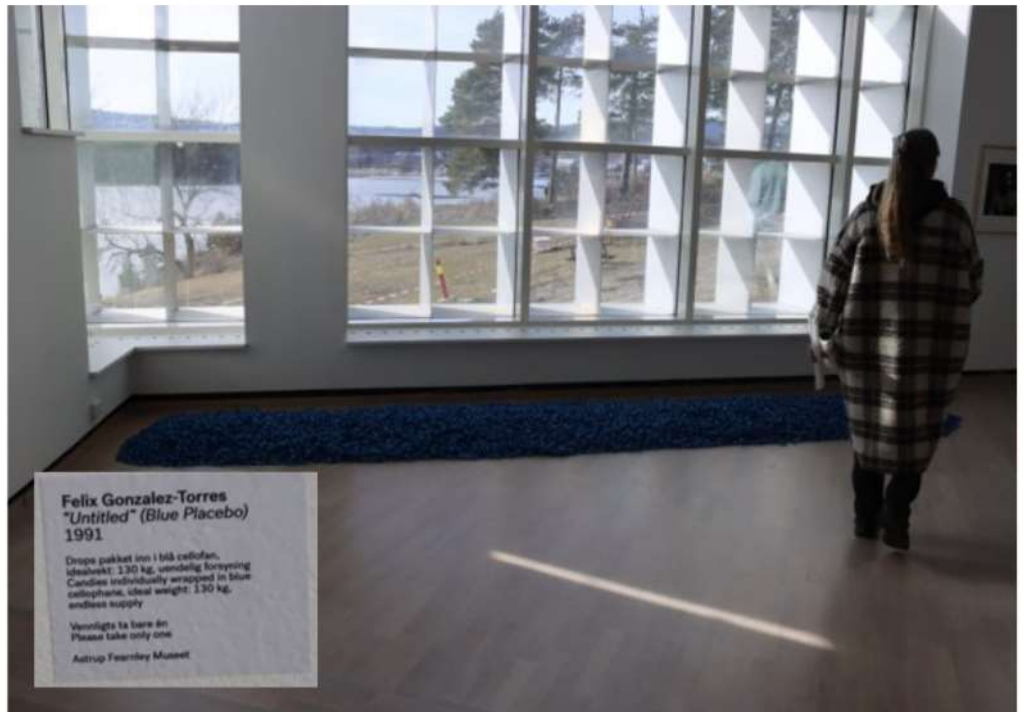
Vedlegg.9



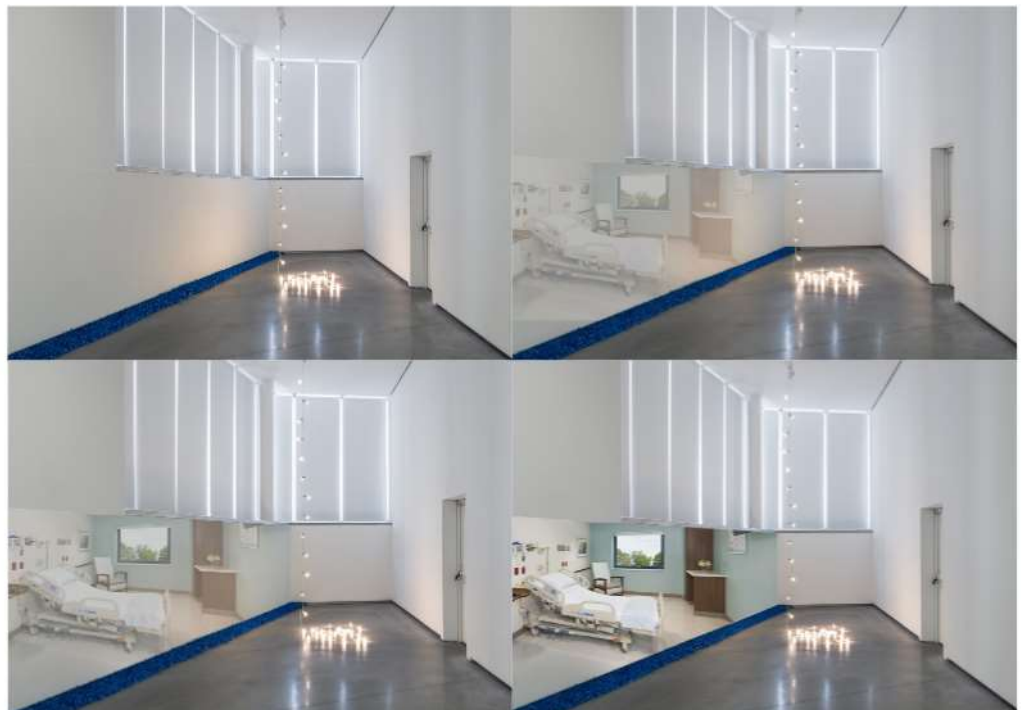
Vedlegg.10



Vedlegg.11



Vedlegg.12



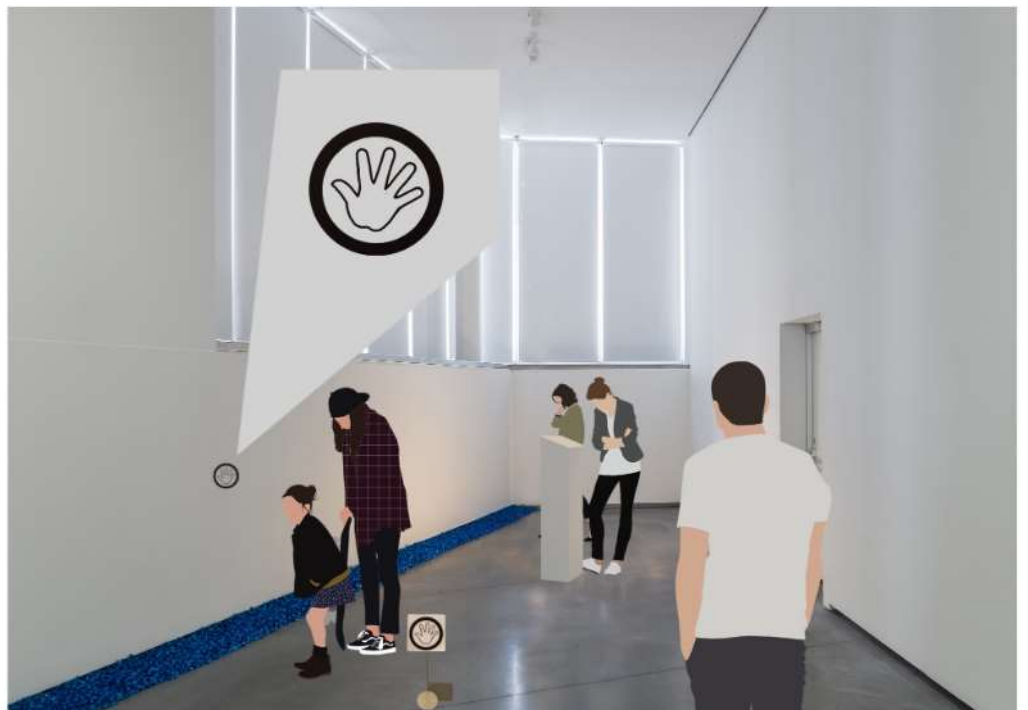
Vedlegg.13



Vedlegg.14



Vedlegg.15



Vedlegg.16



Vedlegg.17

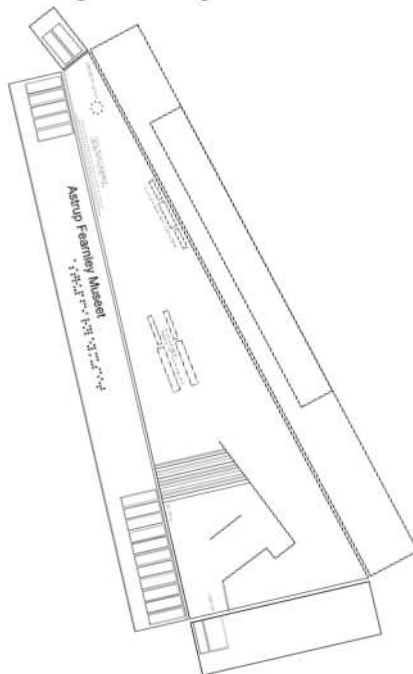


Utforming i InDesign

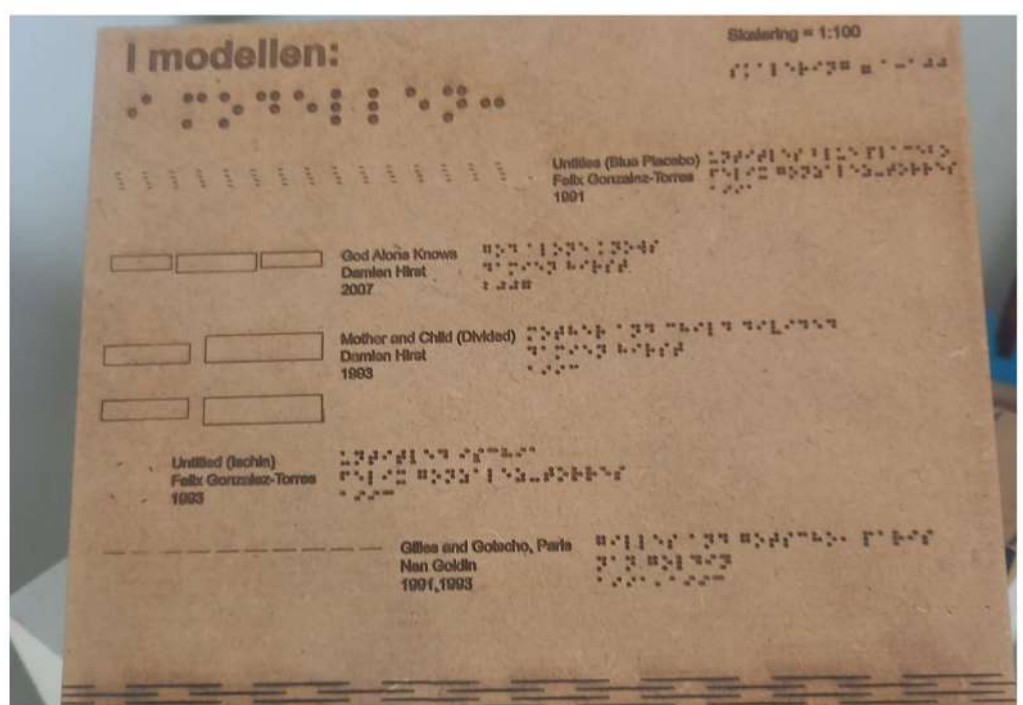
=

Laserkuttet modell

Vedlegg.18



Vedlegg.19



Vedlegg.20



Vedlegg.21



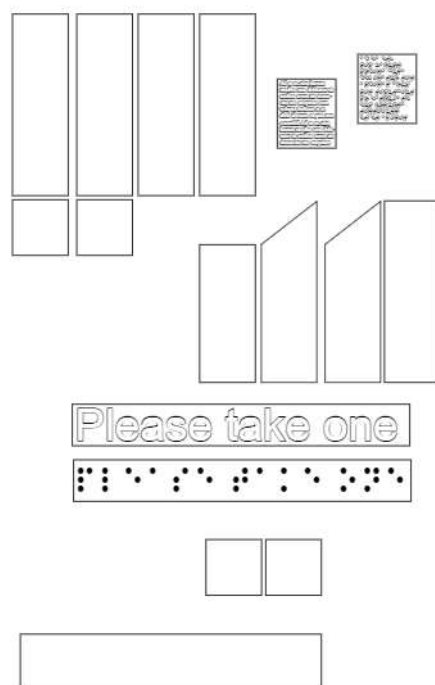
Vedlegg.22



Vedlegg.23



Vedlegg.24

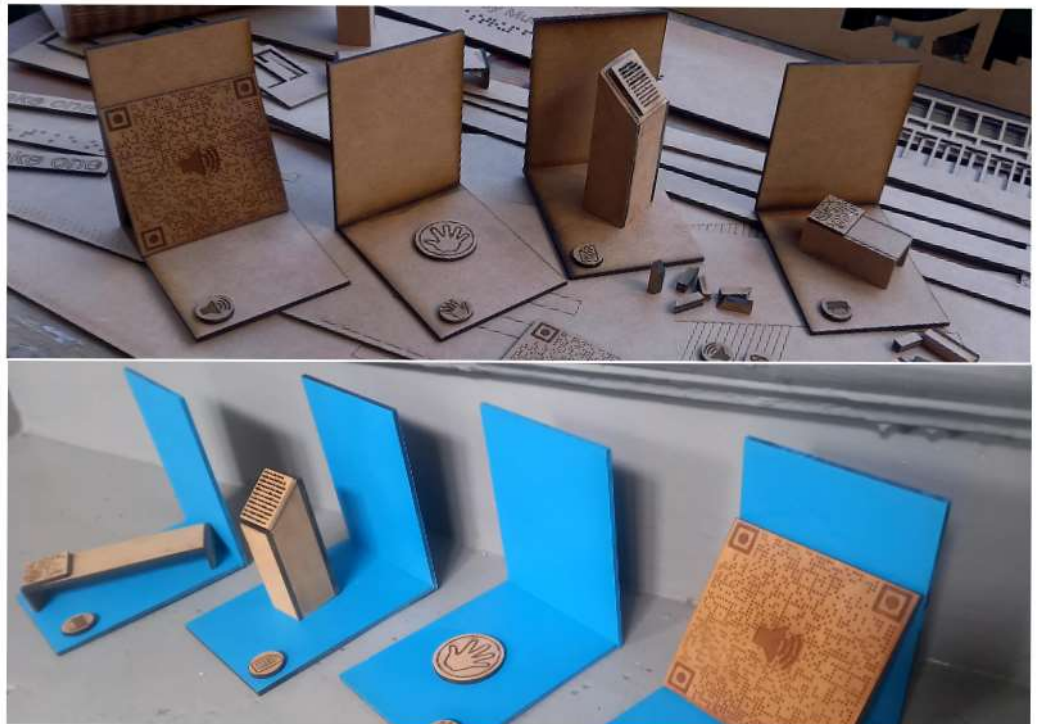




Vedlegg.25

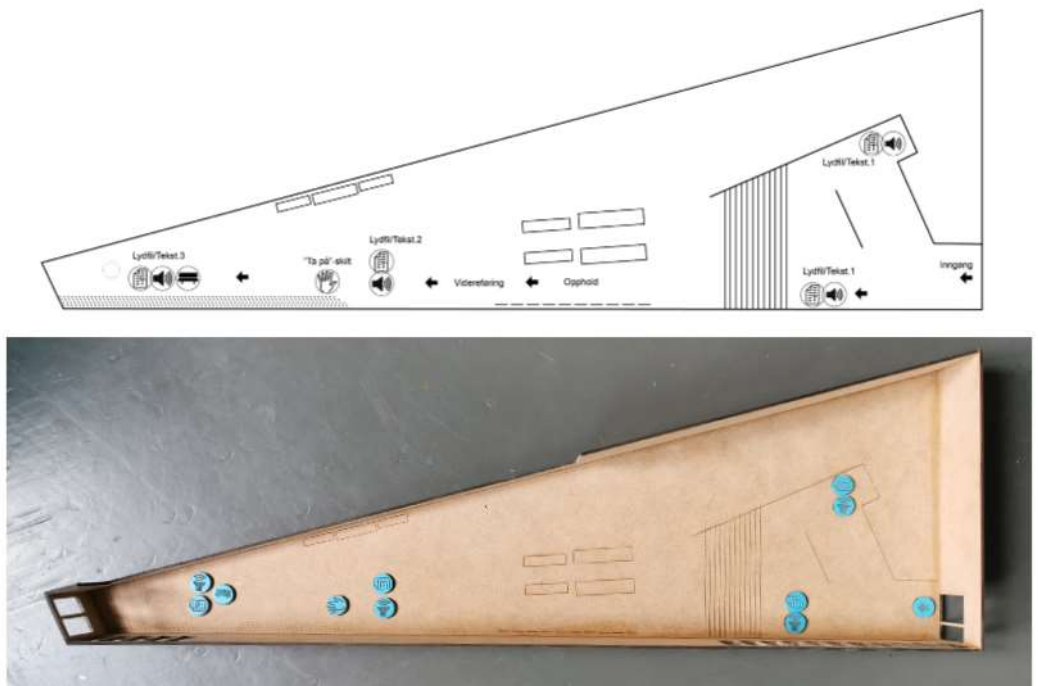


Vedlegg.26



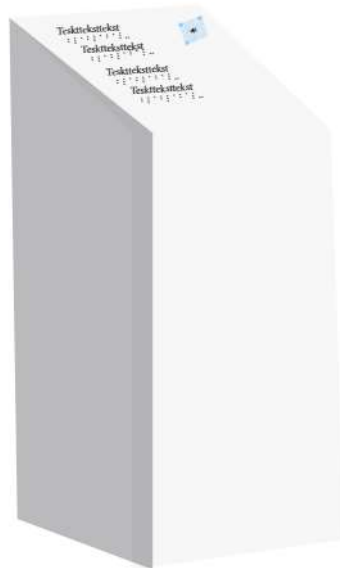
Modell nummer en

Vedlegg.27



# Tekst og alternativ punktskrift opphøyd på pidestaller med QR-kode

Vedlegg.28



## lydklipp/tekst.1

(hør lydfilen via linken: [https://drive.google.com/file/d/1YVuNDYM8R7KV2xGMc6oPg3\\_eVBHAP1EE/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1YVuNDYM8R7KV2xGMc6oPg3_eVBHAP1EE/view?usp=sharing))

Vedlegg.29

Har du noen gang sett 130 kilo sukkertøy på en gang?

I enden av rommet ligger en hel haug av godteri langs veggen. Går du bort til haugen så skal du få vite litt mer om hvorfor de ligger akkurat der

Norsk      English



Vedlegg.30



### lydklipp/tekst.2

(hør lydfilen via linken: <https://drive.google.com/file/d/1Ykn69T3tuXn0z5IUaJDfNaRYjr026Pqe/view?usp=sharing>)

Vedlegg.31

Nå står du rett foran det som en gang var nøyaktig 130 kilo sukkertøy, men det er ikke sikkert det veier like mye i dag. Det er fordi at blandt alle kunstverkene i Astrup Fearnley samlingen, så er dette det eneste vi kan ta på - til og med spise.

Ta gjerne med et sukkertøy før du går bort til benken i enden av rommet, og om du tar et sukkertøy, så har du på en måte vært del av en kjærlighetshistorie som skjedde for lenge siden.

Norsk



English



### lydklipp/tekst.3

(hør lydfilen via linken: <https://drive.google.com/file/d/1HeU6yQ0tShJ7nFnleDUQe7nG13D54FR9/view?usp=sharing>)

Vedlegg.32

«130 kilo sukkertøy symboliserer her den sammenlagte vekten til kunstneren av verket, Felix González Torres, og hans partner Ross Laycock.

130 kilo er ikke mye for to voksne menn, men da Torres lagde dette verket var Ross syk med AIDS-komplikasjoner og veide derfor lite. Samme året som dette verket ble skapt, døde Ross.

Sukkertøyene som ligger på gulvet kan alle plukke med seg, og på den måten vil etter hvert vekten av Ross bli borte fra haugen, og Torres sin vekt blir liggende igjen alene på gulvet.

Snart er alle sukkertøyene blitt plukket bort, og sånn vil også Torres sin vekt bli borte, slik han forsvant da han selv døde av AIDS-komplikasjoner få år etter Ross.

Gonzalez-Torres fortalte før han døde at verket inneholder metaforer som frykten for å miste og lykken av det å elske, å vokse, å forandre seg, å alltid bli mer en det en var, å det å miste seg selv sakte.»

Norsk

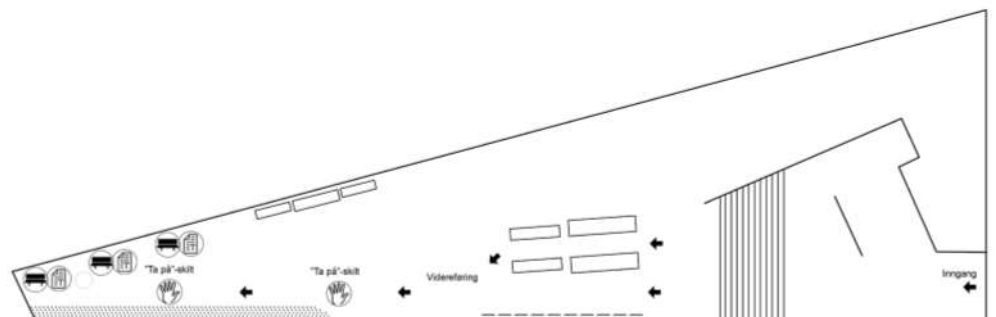


English



### Modell nummer to

Vedlegg.33



Vedlegg.34



Vedlegg.35



Brosjyre i modell to



En dypere mening ligger skjult i haugen av sukkertøy på gulvet.

Untitled (Blue Placebo) består av 130 kilo med sukkertøy, som også var den totale kroppsvekten til Gonzalez-Torres og hans partner, Ross Laycock.

Samme år som verket ble laget døde Laycock av AIDS. Publikum er invitert til å ta et sukkertøy fra haugen og på den måten redusere vekten av sukkertøy. Slik vil det unngåelige til slutt skje, at halve vekten vil forsvinne, slik Ross Laycock forsvant da han døde.

Kroppsvekten av Gonzalez-Torres vil bli liggende igjen alene på gulvet, men etter hvert vil også hans vekt forsvinne. Torres døde selv av AIDS få år etter Ross.

Felix Gonzalez Torres var en cubansk-amerikansk kunstner som viet mye av sin tid som kunster på å kommentere samfunnsproblemer. Torres brukte aktivt sine egne opplevelser og henviser ofte til spesifikke hendelser i kunstverkene sine, og i dette verket får vi ta del i en kjærlighetshistorie mellom kunstneren og hans partner, Ross.

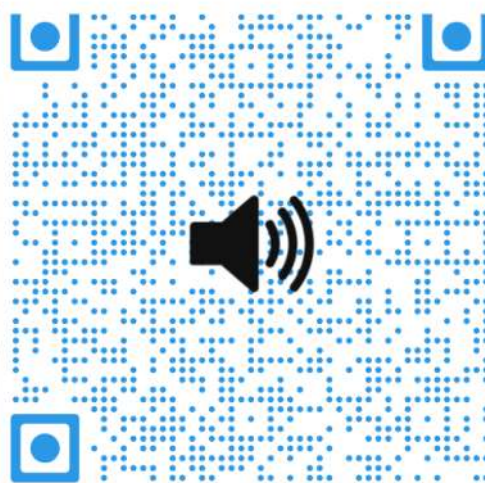
Vedlegg.36



Vedlegg.40



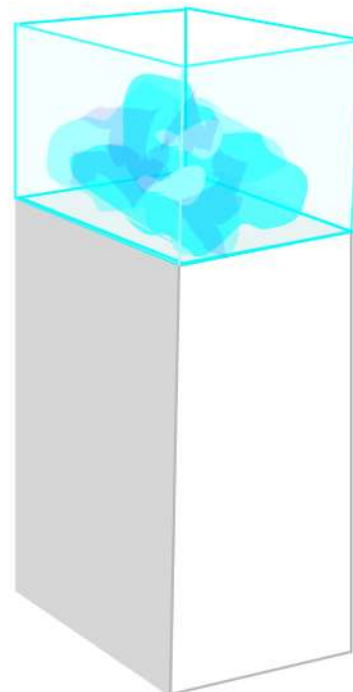
Vedlegg.41



Vedlegg.42



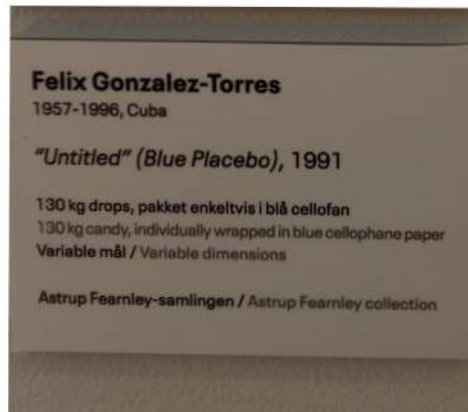
Glassmonter med godteripapir



Vedlegg.43



Etiketten hos A.F-museet i dag



Vedlegg.44

Etiketten brukt i modellen

Felix Gonzalez Torres  
1957-1998, Cuba

"Untitled" (Blue Placebo), 1991

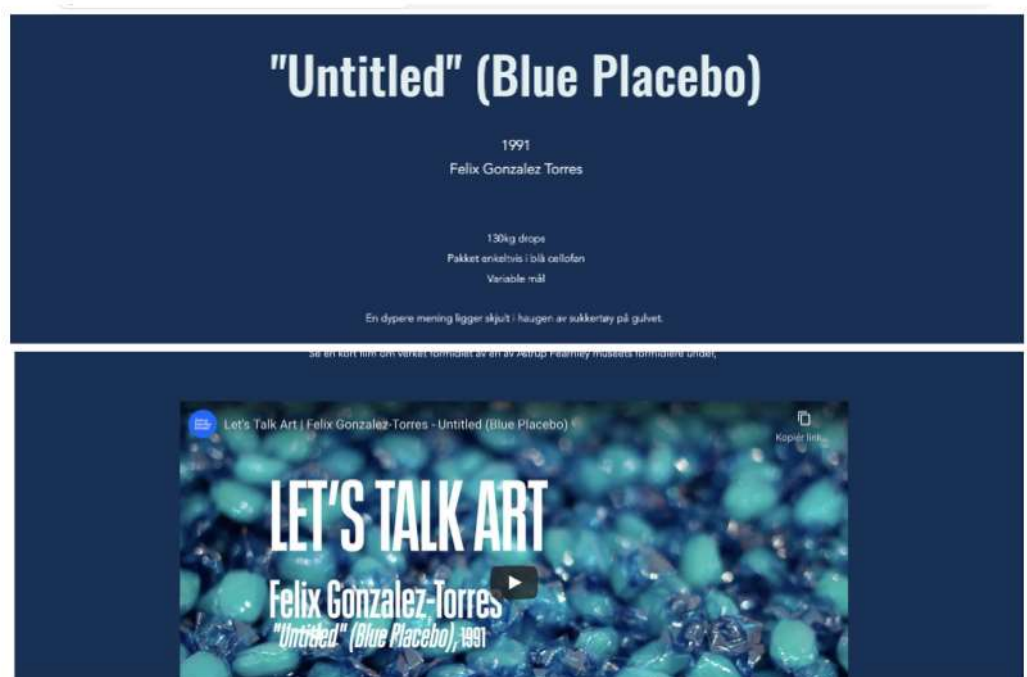
130 kg drops, pakket enkeltvis i blå cellofan.  
130.kg candy, individually wrapped in blue  
cellophane paper

Variable mål/Veriable dimensions

Lurer du på hva dette verket handler om? Scan QR-koden:  
Do you wonder what this work means? Scan the QR-code:



Vedlegg.45



Skjermdump av nettside

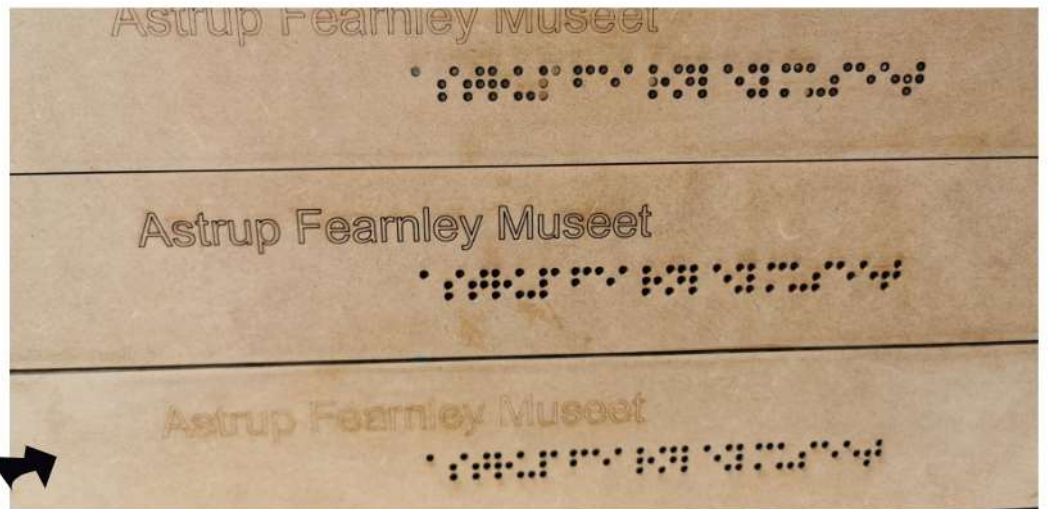
Nettside URL: <https://mfoslie.wixsite.com/torres>



Vedlegg.46



Vedlegg.47



Eksempel svak gravering

Vedlegg.48





# Vedlegg 2)

## Skriftlig paratekst

Kandidatnummer 39

### Den tause kunstformidlingen

- En eksperimenterende utforskning av kunstformidlingens former

#### Arkitektoniske modeller

L: 80cm, B: 24cm, H: 10cm x 3

**Brikker** som illustrerer formidlingsgrep i arkitektoniske modeller

L: 2cm, B: 2mm, H: 2cm

**Modeller** som visualiserer teoretiske formidlingsgrep i utstillingsrommet

Variable størrelser

#### Orienteringsskilt

L: 14cm, B: 10cm, H: 14,5cm

Materiale: MDF (3mm), blå spraymaling, trelim

Dette bachelorprosjektet utforsker kunstformidlingens potensielle former uten formidler til stede, gjennom eksperimenterende bruk av paratekster i utstillingsrommet i samlingen til Astrup Fearnley-museet. Disse vises gjennom tre ulike formidlingsdesign som er ment å tilrettelegge for estetiske erfaringer for den betrakteren med svake bånd til museet, med verket "Untitled" (Blue Placebo) av Felix Gonzalez Torres. De tre formidlingsdesignene illustreres gjennom arkitektoniske modeller med brikker som viser formidlingsgrepene i utstillingsrommet. For å visualisere formidlingsgrepene, er mer detaljerte gjenskapelser i form av modeller plassert på blå hyller.

Dette betyr praksis at formidlingsgrepene er planlagt etter direkte overføringer og filosofiske tolkninger av John Dewey sine estetiske erfaringer, hvor det praktisk-estetiske arbeidet illustrerer og visualiserer utforminger og plasseringer av teoretiske formidlingsgrep i museumsrommet rettet mot verket *Blue Placebo*.