

Anne Ring Petersen

At tage ved lære af Times Square

Nogle betragtninger over forholdet mellem storbyen
og samtidskunsten.

»DER ER EN HÅRFIN FORSKEL MELLEM INFORMATION OG
PROPAGANDA«

»MAGTMISBRUG KOMMER IKKE SOM NOGEN OVERRASKEL-
SE«

»SAND FRIHED ER SKRÆKKELIG«

»PENGE SKABER SMAG«

»DUMME MENNESKER BURDE IKKE FORMERE SIG«

Med sådanne banale *Truisms* – truismer – trængte New Yorker-kunstneren Jenny Holzer sig i slutningen af 1970'erne og op gennem 1980'erne ind i forjagede storbyboeres synsfelt. Det var ikke kunstpublikummet hun ville have i tale, men hverdagens uinteresserede mennesker, der adspredt krydsede gennem Manhattans gader, hastede henover Times Square og Picadilly Circus, ilede stakåndede afsted for at nå det sidste tog eller ventede utålmodigt på deres bagage i lufthavnens transitzone før de blev sluset ud i storbyens myretue.¹ Umiddelbart virkede de desorienterende, Holzers undertiden ultrakonservative, undertiden kritisk-ironiske truismer, for de indbyrdes uafhængige sætninger optrådte altid i klynger, hvor udsagnetes forskellighed, eller ligefrem uforenelighed, undergravede enhver forestilling om, at der eksisterer en højeste, absolut sandhed.

I førsteudgaven fra 1977-79 var Holzers *Truisms* nøgternt opstillet i alfabetisk orden på offset-trykte plakater. Hvad angår oprindelsen til dette for en tidligere abstrakt maler så radikalt billednegerende værk, så er den forklaring, der oftest refereres i interviews og artikler,² at truismene udsprang af Holzers idé om at udforme sin personlige *Reader's Digest*-version af den liste over svært fordøjelig litteratur, som hun havde fået udleveret i forbindelse med sin uddan-

nelse under *The Whitney Museum Independent Student Program* i 1976-77. I et interview forklarer hun:

»Jeg holdt meget af alle disse store tanker om vestlig kultur, men jeg regnede med, at jeg var nogenlunde begavet og rimeligt godt uddannet, og hvis jeg ikke kunne pløje mig igennem dem, ville en masse andre mennesker bestemt heller ikke kunne gøre det. Jeg indså, at materialet var vigtigt og dybsindigt, så jeg forestillede mig, at jeg måske kunne oversætte disse ting til et sprog, der var tilgængeligt. Resultatet var *the Truisms*.«³

Holzers *Truisms* synes således umiddelbart at kunne typebestemmes som et udpræget litterært og konceptuelt kunstværk i og med det finder sine forlæg i tekster og bruger verbalsproget som medium for overbringelse af ideer. Imidlertid findes der også en anden inspirationskilde til truismene – plakaten. Den nævnes i flere omtaler af truismene, men udelukkende som en forklaring på, hvorledes Holzer fik den tanke at distribuere sin *street talk* via plakater⁴ opklæbet i tætte stimer over hele Manhattan, hvorimod de mere vidtrækkende implikationer i Holzers erindring om sin opdagelse af plakatmediets kommunikative effektivitet mig bekendt hidtil er gået upåagtet hen. Holzers egen forklaring lyder:

»Jeg fik til dels ideen fra en eller anden – jeg antager det var en mand – som gik rundt og tilplastroede Times Square med plakater, der formanede andre mænd om at holde sig væk fra det moralske fordærv/lasten [*the vice*] i området, idet han advarede dem om, at de ville blive ramt af spedalskhed og tuberkulose, hvis de overskred den imaginære cirkel, som han formodentlig havde lagt omkring det. Jeg var forbløffet over, hvordan ordet »spedalskhed« på en plakat kunne få én til at stoppe brat op, og hvor effektive disse plakater var. Han var utrættelig. De var overalt. [...] Jeg så, at andre mennesker også var forbavsede over dem.«⁵

Sammenligner man teksten på den omtalte plakat med Holzers *Truisms*, opdager man, at Holzer har taget mere til sig end mediet. Teksten, der er trykt med fede, autoritative⁶ typer på en nøgen baggrund ligesom truismene, tenderer mod at falde fra hinanden i enkeltstående sætninger. Desuden er den formuleret i ordknappe, kommanderende eller konstaterende sætninger i lighed med Holzers tekstbaserede værker. Den mest bemærkelsesværdige assimilering fra advarslen mod spedalskhed, består imidlertid ikke i de stilistiske kneb, som Holzer utvivlsomt har kunnet tilegne sig andre steder i New Yorks plakat-

spækkede gader,⁷ men derimod i den grundfølelse af angst som gennemstrømmer en række af de mest prægnante truismer. Fra første linie skræmmer den gebrokkne plakattekst: »ADVARSEL:/ DØDELIG SYGDOM./ SPEDALSKHED SYGDOM/ FORTÆRER FRYGTELIGT./ BLIV BORTE FRA/ DE LUDERE./ DE HAR SPEDALSKHED/ SYGDOM./ OG TUBERKULOSE/ SYGDOM./MÆND BLEV RAMT AF/ SPEDALSKHED./ OG TUBERKULOSE./ FRA DE LUDERE./ BLIV BORTE FRA/ DE LUDERE. [...]«⁸ Plakaten er signeret N.Y. Uanset om det i realiteten var en mentalt forstyrret person eller måske en misogyn dommedagsforkynder, der var ophavsmand til plakaten, må det have været nærliggende for forbipasserende i forbifarten at tolke initialerne som den gængse forkortelse for New York, og dermed plakaten som 'storbyens tale' – en eskatologisk advarsel fra byen mod sig selv som for-dærvælsens by;⁹ New York som et moderne korrelat til den store skøge, Babylon, eller en nutidig parallel til de pestramte byer, som Michel Foucault beskriver i *Discipline and Punish. The Birth of the Prison*.¹⁰ Til forskel fra 1700-tallets ordensmagt, der gennem specielle vagtværn håndhævede et strengt reglement for at dæmme pestepidemier inde, benytter ophavsmanden/-mændene til spedalskhedsplakaten sig af en blanding af angsthærgtet situationsbeskrivelse og autoritativ handlingsanvisning. Hensigten er dog en tilsvarende: At manipulere byens opskræmte indbyggere til *selv* at regulere deres adfærd.

Holzers mål forekommer nærmest at være det modsatte: en selvstændiggørende, bevidsthedsmæssig afdisciplinering. Den væsentligste parallellitet mellem Holzers usignede plakater med truismer og den anonyme plakats advarsel mod Lastens by skal således hverken søges i udformningen eller forventningen til meddelelsens effekt, men derimod i den forståelse af storbymennesket som underkastet storbyens og socialitetens destruktive indflydelse, der kommer til udtryk i teksten; som et menneske, der er eksistentielt udspændt mellem fare og ængstelse på den ene side og mental disciplinering på den anden. Holzers plakater slår mod nethinden, ikke så meget på grund af sprogbrug og layout som på grund af deres psykologiske gennemslagskraft som klichépræget *street talk* om det angstforpestedede mentale liv i det sene 20. århundredes metropoler:

- »AUTOMATISERING ER DØDBRINGENDE«
- »FRYGTELIG STRAF VENTER RIGTIG SLEMME MENNESKER«
- »DINE ÆLDSTE BEKYMRINGER ER DE VÆRSTE«
- »FULDSTÆNDIG UNDERKASTELSE KAN VÆRE EN FORM FOR FRIHED«
- »AT KATEGORISERE FRYGTEN ER BEROLIGENDE«
- »BESKYT MIG MOD DET JEG ØNSKER«¹¹

Storbyen som kunstnerens observationsfelt

At storbyen indvirker på billedkunsten er der for så vidt intet nyt i. Men karakteren af denne friktion mellem kunst og by har ændret sig. Som den amerikanske historiker, byplanlægger og kulturkritiker Lewis Mumford har fremhævet, så er storbyen det sted, der rummer den tætteste sammentrængning af magt og kultur i et samfund. Her yngler civilisationens produkter, her mangfoldiggøres de, og herfra distribueres de. Storbyen er stedet, hvor samfundslivets mange forgreninger løber sammen i en form for knudepunkt, hvorved de vinder en større virkningsfuldhed og betydningskoncentration end samfundslivet uden for storbyerne. Det er, understreger Mumford, frem for alt i storbyernes smeltedigler, at den menneskelige erfaring omsættes til levedygtige tegn, symboler, adfærdsmønstre og ordenssystemer, for det er her civilisationens spørgsmål og problemer bringes i focus. Byen er sociale relationer vævet sammen til en helhed og samtidig også et symbol herpå.¹² Med sin artificielle reorganisering af rummet og komplekse regulering af socialiteten tilbyder storbyen de optimale muligheder, dels for at menneskeliggøre de naturlige omgivelser, idet omgivelserne formes i kulturens matricer, dels for at tilpasse de menneskelige egenskaber til omgivelserne, idet de eksterioriseres i byens kollektive formationer.¹³

Mumfords sociologiske karakteristik tillader følgende slutning på kunstens vegne: Storbyen tilbyder kunstnerne de optimale muligheder for at studere kulturens, historiens og den menneskelige bevidstheds metamorfoser. Men kunstnerne er ikke kun distancerede observatører af, men også fuldt involverede deltagere i storbyens liv. Selv når oplevelsen af byen ikke er en byboende kunstners tema og motiv, vil byerfaringen således altid være indskrevet i værket, på samme måde som de parisiske menneskemasser ifølge Walter Benjamin var præget ind i Baudelaires kreativitet som en skjult, men dog betydningsfuld figur, selv om de ikke tjente som model for nogle af hans digte.¹⁴ Det interessante spørgsmål i forbindelse med en undersøgelse af forholdet mellem storbyen og billedkunsten er således ikke spørgsmålet om urbaniteten har indflydelse på kunsten, for det har den uvægerligt; den er, så at sige, den (næsten) altid allerede forudsatte kontekst eller matrice. Det interessante er, *hvorfor* en given periodes mest påtrængende urbanerfaringer visualiseres på en bestemt måde.

I det følgende udgør Jenny Holzers og Barbara Krugers arbejde det billedmæssige omdrejningspunkt for en række overvejelser over, hvorledes informationssamfundets fysiske og mentale storbyer reflekteres i samtidskunsten. Holzer og Kruger hører til hovedskikkelserne blandt de mange kunstnere som viderefører det 20. århundredes bæredygtige avantgardetradition for kættersk

assimilering af elementer fra underholdningsindustrien og den folkelige kultur i den finkulturelle kunstsphære. Jeg skal forsøge at vise, hvorledes, en række tidstypiske bestræbelser på at åbne kunstværket mod byens rum og hverdagskultur er blevet artikuleret særlig distinkt i Holzers og Krugers arbejder, idet de har prøvet på at udvikle en ny form for selvbevidst og samfundskritisk offentlig tale ved at fusionere den elitære arv fra konceptkunsten med informations-samfundets massekommunikationsstrategier.

Metropofili

Er optagetheden af og afsmitningen fra storbyen i sig selv ikke noget nyt fænomen, så forekommer den resolute vedholdenhed, hvormed en lang række kunstnere behandler forskellige facetter af storbyen at være endemisk for informationsalderen. Den kunst, som er blevet til efter 1960, synes på en mere direkte aflæselig måde end den autonomisøgende modernistiske kunst at koncentrere sig om filtrering, afkodning og grovkornet ironisering over livet i metropolerne, eller alternativt, at dissekere massemediernes andenhåndsvirkelighed for derefter at restrukturere den efter kunstneriske principper.¹⁵

Sine mest direkte udtryk får denne metropofili hos de kamikazekunstnere, der er brudt ud af de institutionaliserede udstillingssteders klosterhvide kuber og ud i den babel af skilte og tegn, der mæandrerer gennem gadenettet, med den risiko det nu indebærer for, at kunstværkerne overdøves af byrummets visuelle støj eller slet og ret assimileres i det offentlige rums frenetiske cirkulation af tegn. Den skæbnens ironi, som er overgået Barbara Kruger, der ligesom Jenny Holzer har arbejdsbase i New York og også har installeret ordbaserede, kulturkritiske værker i talrige storbyers offentlige rum, er et vidnesbyrd om, at risikoen er betragtelig. Siden 1981 har Barbara Kruger ført guerillakrig mod de konventionelle forestillingsmønstre, som reklamen opbygger sin magt på at bekræfte. Ud fra den antagelse, at der stadig er mange enfoldige mennesker, der har behov for skolemesteragtige belæringer om massemediernes mest elementære forførelsesstrategier – en antagelse de senere års sofistisering af reklamens og mediernes selvironiske kommentering af egne virkemidler taler imod – har hun forsøgt at skærpe folks bevidsthed omkring reklamens manipulation og receptionsmekanismer gennem en bastant, subversiv appropriering af dens strategier, iørefaldende slogans og stereotype rollemodeller. Krugers slagkraftige layout, som har kunstneriske aner i den russiske konstruktivisme, kombinerer sort-hvide montager af fotografier fra gamle fototidsskrifter og blade med slagfærdige fraser trykt med fede hvide typer på røde bånd, der kiler sig ind og opbryder billedfeltet. Layoutet blev hurtigt et af 1980'ernes øje-

blikkeligt genkendelige grafiske stiludtryk, hvilket ikke mindst finder sin forklaring i, at Kruger anvendte dette design med samme territorieafmærkende skråsikkerhed og maniske gentagelsestvang som et multinationalt firma, der printer sit patenterede logo på alt, hvad det producerer. Flexibiliteten i layoutet gjorde det nemlig muligt at overføre det fra plakater, billboards og bogomslag til brugsgenstande som T-shirts og tændstikæsker.¹⁶ I slutningen af 1980'erne var Krugers konfrontatoriske layout og bydende tonefald dog stik mod hensigten blevet assimileret som den hotteste stil i det mainstream reklamelandskab, hvor hun oprindeligt havde fundet sine billedstrategiske forbilleder og ideologiske fjendebilleder.¹⁷ Inspirationens tragikomiske tilbageløb skal dog ikke kun ses som endnu en nedslående bekræftelse på den kunstnerisk formidlede kritiks ringe samfundsmæssige gennemslagskraft eller på, hvor let en oppositionel kritik kan uskadeliggøres gennem assimilerende institutionalisering og kommercialisering. Det må også ses som et udtryk for, at der eksisterer et meget tæt, dialektisk samspil mellem storbyens livsrum og kunstens sfære. De urbane omgivelser har en formativ indflydelse på den æstetiske perception, men omvendt influerer den æstetiske perception også på udformningen af nye opfattelser af urbaniteten og de ikke-kunstneriske billedvokabularer, der kan give de til enhver tid gældende forestillinger om byen en adækvat, ydre aflæselig form.

Som William Sharpe og Leonard Wallock har pointeret, bliver spørgsmålet om, hvordan storbyen kan fremstilles imidlertid særdeles kompliceret, når det er den moderne storby, der skal omsættes til et (billed)sprogligt medium, for »[s]proget betinger uundgåeligt vores reaktioner på byen. Vores perceptioner af det urbane landskab er uadskillelige fra de ord vi bruger til at beskrive dem og fra aktiviteter som at læse, give betegnelser og metaforisere, der gør alle vores formuleringer mulige.«¹⁸ Hvis sprog og perception, byerfaring og de billeder, vi danner os af byen, er forbundne kar, så implicerer det selvsagt også at sproget omkalfatres i takt med at byens sociale og fysiske strukturer forandres. Det er Sharpes og Wallocks overbevisende tese, at metropolerne i de seneste 30-40 år har undergået så gennemgribende transformationer, at deres hidtidige fysiognomi er i færd med at opløse sig i et endeløst og forskelsløst bylandskab – et hæmningsløst ekspanderende »urbant felt« (*urban field*)¹⁹ med mange centre forbundet af et indviklet netværk af veje, telefoner, TV, radio og computere – og at disse omfattende bystrukturelle forandringer har affødt en »terminologisk krise« af samme dimensioner som den, der ramte iagttagere af den tidlige industrialismes Manchester og frem for alt de modernistiske udforskere af Paris, Dublin, London og New York. Modernisternes repræsentationskrise begrundes forfatterparret med, at storbymentaliteten og idéerne om byen glider i ét med en generel, temmelig diffus modernitetsfølelse:

»Da byens popularitet som et særligt emne er på sit højeste begynder byen imidlertid at *miste en hvilken som helst klar definition, den end måtte have haft* i tidligere kunst og litteratur. *Den urbane sensibilitet bliver i stigende omfang en moderne sensibilitet*, som vi ligeså let kan lokalisere i Juan Gris' stilleben-collager eller Monets høstakke som i Pounds londonske 'Malstrøm' eller Janet Flanners 'Kubiske By'.«²⁰

Hvis det egenartede ved livet i vor tids metropoler ikke kan afbildes direkte som impressionisterne afbildede Hausmanns politisk motiverede nyordning af den parisiske byplan, dvs. sammenfattes i scenografiske udsnit af det fysiske bylandskab, og hvis menneskets forholden sig til bymiljøet heller ikke længere lader sig tolke i forholdsvis enkle metaforer for 'urbane sindstilstande' i stil med futuristernes fartmetaforer, de dadaistiske collagers visualisering af brud-erfaringen eller Edward Hoppers og Giorgio de Chiricos fremmaning af storbyensomheden, så rammes også nutidskunstnerne af repræsentationsproblemer. For blot at nævne ét: Hvordan formidles erfaringen og konsekvenserne af massemediernes og informationsteknologiens uhyre komplekse og stadig mere omfattende indgriben i byens og det enkelte individs liv i form af et flygtigt og afsubstantialiserende *mediascape*, der sprænger den tidslige kontinuitet og overskrider det fysiske rums begrænsninger?

David Carrier har i et desværre ikke særlig detaljeret essay forsøgt at definere, hvilke betingelser New Yorks hektiske gademiljø, der ofte har dannet rammen omkring Holzers og Krugers arbejder, sætter for receptionen af kunstværkerne i gallerier og museer. I den forbindelse karakteriserer Carrier det metropolitane gadebillede som et *spectacle*, et skue-spil, der overstimulerer én med flimrende synsindtryk og billeder, en fantasmagori, der i sidste ende de-realiserer virkeligheden.²¹ Med sin inddragelse af *spectacle*-begrebet bringer Carrier sig, måske uafvidende, tæt på Wolfgang Max Fausts rammende beskrivelse af den folie af urbanitet, som omslutter samtidskunsten, i forbindelse med 1991-udstillingen med den Fritz Lang-inspirerede titel *Metropolis*.²² Som Faust beskriver det sene 20. århundredes liv i metropolerne, fremtræder det som et liv formet af informationsteknologiens krav og massemediernes opløsning af grænserne mellem fakta og fiktion. Storbyboerens virkelighed forekommer i et hidtil ukendt omfang at være en mediefiltreret, iscenesat og simuleret virkelighed: »En anden Natur har erstattet den første, idet den har usurperet den direkte oplevelses plads.«²³

Pointen i Fausts beskrivelse er selvfølgelig at mediernes billedverden ikke længere kan skilles ud fra de øvrige urbanerfaringer, idet overgangene mellem verden på den ene og den anden side af TV- og computerskærmen er blevet stadig mere flydende. Men hvis de forandringer teknologien fører med sig har

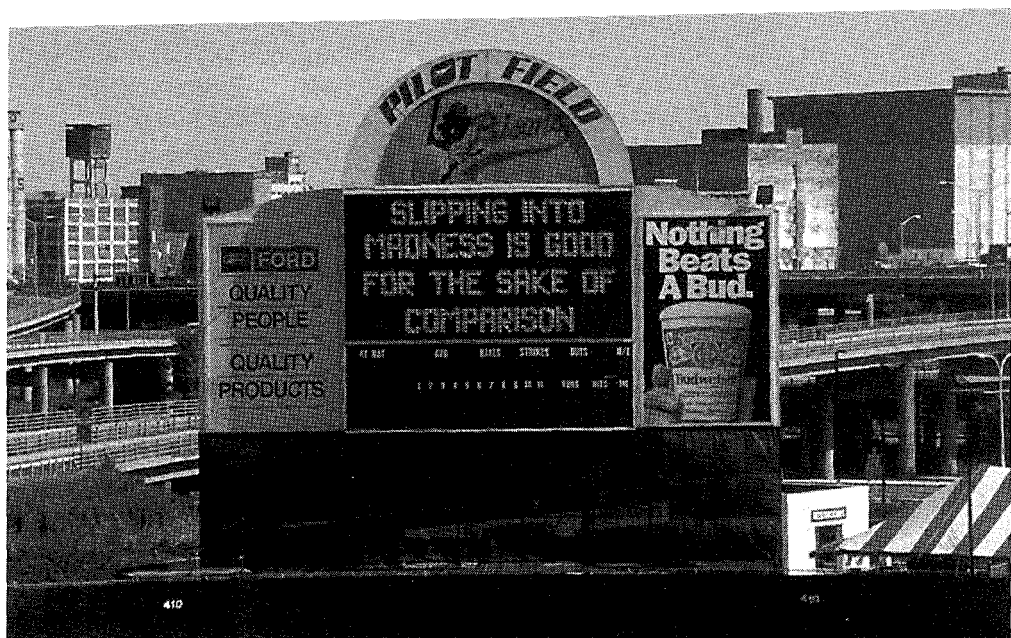
en så betydelig eksistentiel rækkevidde, så må mange af de seneste års eksempler på kunstnerisk appropriering og bearbejdning af de elektroniske mediers andenhåndsvirkelighed og fiktioner betragtes, ikke blot som (endnu) et af det 20. århundredes mange udtryk for en motivisk og teknisk fascination af populærkulturelle repræsentationsformer og ny teknologi, men også som et led i en eksistentielt betonet refleksion over mediernes og teknologiens bevidsthedsforandrende infiltrering af det urbane rum. Med andre ord, som tidsvarende storbybilleder, der seismografisk registrerer, at der foregår en mere og mere raffineret sammenvævning af byens spectacle med overvågning/kontrol. Dagens storbyfremstillinger er ikke billeder *af* mennesker omsluttet af den arkitektoniske bys fysiske rum, men snarere kommentarer til storbyeksistensen, skabt *med* storbyens tegnsystemer, koder, objekter og erfaringsformer.

Mellem rytterstatue og idiosynkrasi

Anskuer man Barbara Kruger og Jenny Holzers approprierende praksis som en sådan bearbejdning af den gennemgribende transformation af bymenneskets daglige tilegnelse af og udveksling med sin omverden, tillader det følgende paradoksformulering: De to kunstnere 'løser' problemet med byens billedmæssige repræsentation ved at tydeliggøre problemet. Idet de planter deres værker i medier og det offentlige gaderum, udstiller de – i ordets dobbelte betydning, at vise frem og at udlevere – kunstens og individets indspundethed i et net af relationer til storbyen, ikke blot som et fysisk rum, formet af arkitektur, transportsystemer eller gadernes, pladsernes og parkernes udsparede rum, men også som et socialt og mentalt rum, gennemtrængt af reklamen, de politiske og markedsøkonomiske kredsløb samt mediernes og informationsteknologiens halvverden.

Holzers og Krugers kunstneriske strategier forholder sig kongenialt til hinanden, idet de begge så at sige intervenserer massekommunikationens a-personlige kredsløb med personlige udsagn. Denne interventionsstrategi er grundet på et ønske om at meddele sig til folk uden for kunstinstitutionen, og ikke mindst om, under et massepublikums bevågenhed og på feministisk grundlag, at demontere det konventionelle billede af kvinden som et umælende begærsobjekt.²⁴

Til gengæld adskiller kunstnernes sprogbrug og tematikker sig en del fra hinanden. Forskellen ligger frem for alt i deres mellemværende med sproget. Holzer bruger nærmest sproget som materiale. Selv om hun formelt set selv har formuleret de truismen, som blev omtalt i indledningen, så klinger de som ordsprog eller fraser, der er blevet slidt gennem århundreders brug i daglig tale



Jenny Holzer. Fra *Truisms*, 1991. Pilot Field, Buffalo, N.Y.

og fremtræder derfor, ikke som *objects trouvés*, men som en slags *mots trouvés* – funde ord. Kruger fokuserer derimod på relationerne mellem det visuelle og det verbale, idet hun med stor konsekvens lader billede og tekst optræde i separate felter som to forskellige, kun delvist overensstemmende sprogsystemer til beskrivelse og interpretation af såvel den ydre som den indre verden. Men også kunstnernes udnyttelse af sprogets udtryksmuligheder er divergerende. Holzers tekster er mere emotionelt ladede, psykologiserende og introverte end Krugers, hvis mere ekstroverte og didaktiske arbejder primært har rejst en række ideologikritiske spørgsmål om kønsdiskriminering, massificering, identitet, militarisme, social segmentering samt politiske og markedsøkonomiske magtforhold. Hvad kunstnernes gennembrudsværker angår eksisterer der et bemærkelsesværdigt formalt slægtskab, idet de begge bygger på montageprincippet og montagens slidstærke konnotationer. Hvor Kruger kombinerer fotomontage med overlappende tekster, dér begrænser Holzer sig i sine mange variationer over *the Truisms* til at udføre rene tekstmontager, hvor indbyrdes uafhængige setninger sammenmonteres til forskellige konstellationer af udsagn.²⁵

Montagen er en teknik, der p.g.a. sin udnyttelse af fragmentering, repetition og overlappning om nogen er knyttet til fremkomsten af en ny visuel kultur og ændrede perceptionsformer i det 20. århundredes industribyer. Montagen/col-lagen blev brugt i denne ånd af mellemkrigstidens avantgardekunstnere, der

søgte at finde udveje fra den efterhånden institutionaliserede avantgardes publikums- og troværdighedskrise ved at søge mod storbyernes brede befolkning og imødekommelsen af dens kulturelle behov. Idet de tog udgangspunkt i deres egen fascination af reklamen, massemedierne og den nyeste teknologi, forsøgte de at finde frem til adækvate måder at fremstille den accelererede og opsplittede livsførelse, som indfandt sig med 1920'ernes og 1930'ernes udbredelse af en gennemurbaniseret, rationaliseret industrikultur, hvor også *The New Woman* fik plads i kontorer og fabrikker. For periodens eksperimenterende kunstnere repræsenterede montagen og collagen ikke alene en billedmæssig parallel til opfattelsen af bykulturen som en collage af flygtige, usammenhængende indtryk. Den var også et redskab til at udtrykke de chok- og bruderfaringer som de drastiske samfundsomvæltninger affødte. Dermed blev montagen/collagen tillige et tegn for opbrud i en mere almen forstand; for en gammel verdens splintring og tilblivelsen af en ny, hvis heterogene konstruktion, man mente afspejlede sig direkte i montageprincippet.²⁶

Udtryksmæssigt spænder montagen/collagen fra en indadvendt, meditativ kontemplation af tingsliggørelsen til et magtfuldt propagandainstrument til masseagitator. Historisk materialiserer disse poler sig i henholdsvis Kurt Schwitters collager og John Heartfields fotomontager.²⁷ Det er fra den sidstnævntes oppositionelle kritik og satire, de historiske forudsætninger for Holzers og Krugers arbejde udgår. Walter Benjamins observation af, at massen er »en matrice, hvorfra alle nutidens vante forhold til kunstværker fremstår som nyfødte«,²⁸ demonstreres på godt og ondt af Krugers og Holzers midlertidige installationer i det offentlige rum. Ikke alene er deres arbejder i modsætning til Heartfields intimformater (f.eks. hans forsider til arbejderavisen AIZ fra 1930'erne) blæst op i billboard-størrelse, også tekstindholdet afstemmes i højere grad efter majoritetens krav: Sproget er enkelt og budskabet forsimplet. Værket kan dog – især montagedelen i Krugers billeder – rumme en vis kompleksitet, der leder tanken hen på Heartfields flertydige politiske satire, men egentlige subtiliteter er bandlyst.²⁹

Det er nærliggende at udlægge Krugers og Holzers vidtgående bestræbelser på at komme det brede publikum i møde som et udtryk for en stærk vilje til at bryde ud af den modernistiske kunsts institutionelle isolation og samtidig lægge afstand til den måde, hvorpå den nonfigurative og semiabstrakte modernistiske kunst fjøede sig ornamentalt ind i byrummet: Som permanente udsmykninger eller offentlige monumenter, gerne politisk hamnløse og affabelt dekorative i deres verdensfjerne abstraktion. En sådan udlægning understøttes af, at Holzers og Krugers arbejde indskrives i en større sammenhæng: Den veriserende amerikanske kunstdebat om de seneste års projekt- og performanceorienterede »offentlige kunst« (*public art*) versus den traditionelle, permanent

opstillede »kunst på offentlige steder« (*art in public places*).³⁰ Fælles for de seneste års amerikanske kunstmanifestationer, der har fået den diffuse, historiefortrængende etiket »offentlig kunst«³¹ er værkernes flygtige karakter, den stærke inspiration fra 1960'ernes og 1970'ernes koncept-, performance-, aktions- og installationskunst samt kunstnernes bestræbelse på at integrere deres arbejder i ganske almindelige menneskers dagligliv. Den er frembragt af socialt intervenserende kunstnere der, skal man tro Suzanne Lacy, tilfører avantgardekunsten en højtudviklet kontekstbevidsthed. Om sociale, politiske, teknologiske og miljømæssige sammenhænge; om publikummer, institutioner, receptionssituationer og kommunikativ effektivitet.³²

Arlene Raven har sammenfattet grundholdningen blandt de amerikanske kunstnere, der siden starten af 1980'erne har opereret i det offentlige rum i aforismen: »offentlig kunst er ikke længere en helt til hest.«³³ Spørgsmålet er imidlertid, om den seneste »offentlige kunsts« forhold til traditionen kan beskrives i forkastelsens ensidige begreber. Selv om et værk som Barbara Krugers kritisk-ironiske billboard *We don't need another hero*, (1987-88), hvis påskrift i øvrigt er et citat fra en Tina Turner-sang, hverken er en permanent udsmykning eller bekræfter en magthaverideologi, så har den måske på visse punkter mindre affinitet til de modernistiske udsmykninger end til de rytterstatuer Ravens fyndige, men ikke særligt skarpsindige standpunktsmarkering hentyder til. Krugers billboard tematiserer som en rytterstatue magten. Hun forholder sig ganske vist åbentlyst subversivt til den militante herskerideologi, som den udtrykker sig i nyere amerikanske eksempler: I James Montgomery Flags kendte hverveplakat fra 1917, hvor 1800-tallets hvidskæggede Uncle Sam stirrer ud på beskueren og med sin pegende gestus emfatisk understreger plakaten påskrift »I want You for U.S. Army«, eller den kolossale, soldaterpanegyriske og nationalforherligende fotovægudsmykning, der i 1941 blev installeret i New Yorks Grand Central Terminal som led i den amerikanske krigspropaganda.³⁴ Ikke desto mindre tilhører Krugers *We don't need another hero* ligesom ryttermonumentet og den politiske propaganda den narrative og allegoriserende tradition, hvor henvendelsen er udformet i et billedsprog, som er tænkt til at være alment tilgængeligt for samtidens brede befolkning. Krugers tale er udpræget offentlig, idet hun som propagandaens og monumenternes ophavsmænd har prioriteret kommunikabiliteten i modsætning til de modernistiske kunstnere, der kultiverede en idiosynkratisk brug af tegn og symboler.

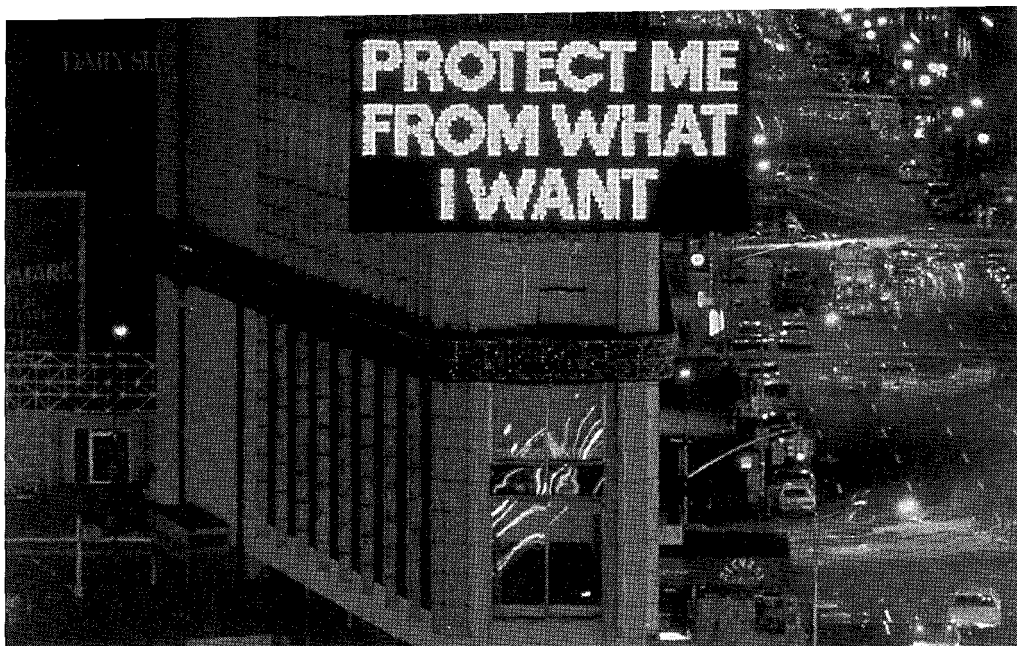
Sammenfattende kan man sige, at Holzers og Krugers bestræbelser på at redefinere forholdet mellem kunstnerindivid og samfund samt mellem kunstværk og offentlighed repræsenterer en søgen efter en tredje position mellem det historiske monuments antiindividualistiske, offentlige tale og det moderne

kunstværks subjektiverede udtryksform. Men, som vi skal se, afspejler kunstnerens meget direkte kommentering af den sociale og politiske dagsorden samtidig også en indre konflikt mellem, på den ene side, deres længsel efter en tættere forbindelse til og en central placering inden for samfundslivet og, på den anden side, en modstridende ambition om at forblive udenfor som individualistiske, uafhængige kritikere.

Blaserthed og sansechok

Et vigtigt aspekt af Krugers og Holzers nytænkning af forholdet mellem kunst og offentlighed er deres valg af lokaliteter. De har med forkærlighed indsat deres kunst, ikke som hvilepunkter i metropolens sjældne åndehuller af tysthed og stilstand, men som farvede glasstykker i dens uophørligt skiftende kalejdoskop. De har typisk udstillet i pulserende gade- og pladsmiljøer, der vrimer med potentielle publikummer, men dog sjældent haft et så stort publikum, som da de i 1980'erne benyttede den gigantiske Spectacolor Board, der fra sin høje placering på Times Tower talte som en visuel megafon til de 1,5 millioner mennesker, der skønnes dagligt at passere Times Square.³⁵ Kruger og Holzer har også yndet at skyde deres kommentarer ind i gennemgangs- og gennemfartszoner, som de fleste passerer i distræt ligegyldighed – Holzer har f. eks. installeret sine værker i lufthavnens ingenmandsland,³⁶ mens Kruger har forestået udsmykningen af en undergrundsbanestation.³⁷ Det er steder uden identitet, uden spor af historie, en slags ensomhedens passager – »ikke-steder« (*Non-Lieux*) som den franske antropolog Marc Augé har kaldt dem.³⁸ Karakteristisk for de værker, som de to kunstnere har udstillet uden for museerne og gallerierne, er at de bevidst er tilpasset reklamens tid og det urbane blik.³⁹ Ja, de må nødvendigvis være det, hvis de skal kunne gøre sig gældende i junglen af plakater, lysreklamer og skilte, som i det daglige konkurrerer om bybefolkningens opmærksomhed ud fra en billedmæssig variant af Darwins lære – kun den slagkraftigste overlever.

Men hvordan betragter Kruger og Holzer egentlig selv det storbymiljø, de har gjort til deres scene? I en upubliceret kritik af bybilledets dramatiske forandring omkring Times Square i slutningen af 1980'erne karakteriserer Kruger storbyerne som »steder for anstrengt nærhed og nervøse eksperimenter udi tæthed og inkludering.«⁴⁰ New York fremstiller hun som indbegrebet af foranderlighed, rastløshed og pågående chokstimulation, en social smeltedigel i hvis midte Times Square vider sig ud som »et højspændings-spectacle«,⁴¹ der funkler som »en diamant i en storslået kulisser.«⁴²



Jenny Holzer. Fra *The Survival Series*, 1985-86. Spectacolor lystavle på Times Square.

»En by som New York kan ses som en tæt klynge af civilisation: en grasserende sammenklumpning af kommen og gåen, ferniseret med det heftige tryk fra mennesker, der har travlt med at leve og dø. Midt iblandt alt dette har Times Square eksisteret som en slags skamløst oppumpet lysshow, en blanding af turistlignende strejfen og vedholdende dagdriveri. Men nu er noget nyt ved at dukke frem: en forandring af en slags, forårsaget af en eksplosion af kontorbyggeri på Manhattans West Side.«⁴³

»Times Square var, og kunne igen blive til denne form for gigantisk og alligevel inddæmmed spectacle, der konstant flirter med vores fornemmelse for undren og lyst.«⁴⁴

Ikke sært Kruger og Holzer har fundet det attraktivt at benytte den elektroniske lystavle på Times Tower – det forhenværende hovedkvarter for New York Times, der i 1904 gav pladsen navn i forventningen om, at den ville udvikle sig til metropolens samfundsmæssige knudepunkt og ikke til det brogede centrum for byens natteliv, den hurtigt voksede til. Siden midt i 20'erne har den butterfly-formede plads været, ikke blot et af New Yorks vigtigste forlystelseskvarterer, men også et symbol på den amerikanske underholdningsindustri, altid mest overvældende om natten, omgivet af den farvestrålende nimbus fra

dette, de brølende 20'eres mest tætpakkede ansamlingssted for neonlysreklamer. Således var Times Square ikke blot indbegrebet af nyhedsmedier og forlystelsesliv, den var også en spektakulær reklamesøjle for en aggressiv og elektrificerende »kommerciel æstetik«,⁴⁵ der skulle tegne erhvervslivets ansigt udadtil, vække købelysten og henrive betragteren i en overvirkelig tilstand af uforbeholden betagelse og forblændet ærefrygt. Det var denne kommercielle æstetiks dominans af pladsrummet, der gav – og i nogen grad stadig giver – Times Square sin særlige fantasmagoriske karakter. Idet bygningsfacaderne fører et tilbager trukket arkitektonisk liv som diskrete støtteflader for de ligesom frit i rummet svævende reklamer, opleves pladsen set fra fodgængerhøjde tendentielt som en ikke-arkitektonisk plads, der bygger sin stedslige identitet på skiltnings frapperende signal- og billedvirkning. I Times Squares kakofoniske skiltevrimmel synes byens dynamik at fordobles, for samtidig med at selve pladsen sættes i bevægelse af trafikken og folkemængdernes konstante strøm, forvandler de elektriske lysreklamer arkitekturens statiske linier og flader til illuminerede sætstykker. Times Squares dynamiske visualitet rummer så at sige Krugers opfattelse af storbyen som »en grasserende sammenklumpning af kommen og gåen« i ekstremt koncentreret form.

Et af ankerpunkterne i denne altgennemtrængende foranderlighed er Times Tower. Bygningens smalle, himmelstræbende facade er netop kendt for sin skiltning, hvis forandring gennem årene i sig selv fortæller historien om den lysbårne reklameæstetiks evolution fra tidligere tiders lysavis, hvor nyhederne blev skrevet med det skærende hvide lys fra elektriske pærer, til nutidens elektronisk koreograferede meddelelser på manglefarvede, computerstyrede displays – en udvikling, der på samme tid er led i en teknologisk forandringsproces og udtryk for en kommunikationsstrategisk omstilling »fra nyheder som reklame til reklame som underholdning«⁴⁶ – hvilket Krugers og Holzers kunstneriske optræden på Times Squares Spectacolor Board jo i øvrigt er symptomatisk for.

Som Holzer tørt har konstateret, er den grundlæggende forudsætning for at kunsten fungerer i overensstemmelse med *hendes* hensigt i et sådan bymiljø – dvs. som et redskab til social transformation og mental illumination – at den er i stand til at stoppe folk.⁴⁷ Skal man tro O.J. Gude, en af det tidlige 20. århundredes pionerer og storentreprenører inden for den elektriske reklameskiltning, er der få æstetiske genrer, der kan udkonkurrere lystavlens hypnotiske virkning. De lysende skilte påtvinger bogstavelig talt den interesserede såvel som den uinteresserede forbigående deres meddelelse, hævdede Gude, for: »[...] enhver må læse dem og indoptage dem, og indoptage annoncørens lære med eller mod sin vilje.«⁴⁸ Hvad det indholdsmæssige angår er der næppe noget, der er så velegnet til at bremse folk, som en identifikationsvækkende men



Barbara Kruger: *We don't need another hero*, 1986. London.

neskelig historie. Eller som Holzer formulerer det: »Hvis man gerne vil nå et bredt publikum, er det ikke kunst-temaer, der vil kunne tvinge [folk] til at stoppe på vej til frokost, det må nødvendigvis være livstemaer.«⁴⁹ Som eksempel fremhæver hun just den skræmmeplakat mod spedalskhed, som blev omtalt i indledningen: »Så vidt jeg ved, var det ikke kunst, men jeg fik indprentet den idé, at hvis en tekst siger noget ud over det sædvanlige, så lægger folk mærke til det.«⁵⁰

Mens Holzer udnytter tekstens samfundskritiske eller absurd fordrejede eksistentielle indhold som den spydspids, der skal gennembore de forbipasserendes panser af ligegyldighed, så er chokvirkningen i Barbara Krugers værker snarere baseret på farvekontrasternes og de gigantisk forstørrede detaljeudsnits visuelle knyttnæveslag: De røde bånd, der springer aggressivt op fra den sort-hvide grund; fotomontagernes nærmest paralyserende blikfang, ikke mindst i de bemærkelsesværdigt mange plakater og billboards, der anvender stirrende øjne som *eye-catcher*. Blikkene i Krugers arbejder er ikke sjældent rettet udad mod beskueren, hvorved de forekommer at overskride billedforgrundens barriere af tekst og fastnagle den, der betragter billedet. Et andet af Krugers yndede kunstgreb består i at fiksere beskueren inden for en fingeret samtalesituation, hvor brugen af de personlige pronominer jeg/vi og du/I involverer betragteren som den direkte tiltalte. Også Holzer benytter sig af denne dialogiske fremstillingsform.

Det chok, som Holzer og Kruger stræber efter at udløse hos publikum adskiller sig således markant fra modernismens »*shock of the New*«.»⁵¹ Deres værker befinder sig post modernismens fetichering af nyhedsværdien – om man så må sige, af historisk nødvendighed: Selve den fremskridtsoptimistiske idé om det Nye, som bevarede sin gyldighed for generationer af modernistiske kunstnere, har efterhånden mistet sin troværdighed.⁵² Noget tilsvarende gælder den avantgardistiske udnyttelse af tabukrænking som choktaktik. Ligesom kunstnerne ikke længere er i stand til konstant at overraske publikum med radikale forandringer, har de også fået stadig sværere ved at efterleve den historiske avantgardes princip om at provokere med hidtil fortiede sandheder og forbudte handlinger. Inden for kunstens gennem det 20. århundrede så ekstremt udvidede og moralsk liberaliserede felt lokker fremtiden ikke med noget grundlæggende nyt, snarere tegner den sig som en uendelig række genkomster af det allerede afprøvede. Potentialet for chokerende tabubrud synes i stedet at være overgået til reklamen, netop fordi den forventningshorisont, der knytter sig til dens repræsentation er snævrere. Intet illustrerer det tydeligere end den verdensomspændende forargelse over Benetton's reklamekampagne fra 1992. Som Kruger og Holzer benyttede tøjfirmaet sig af en appropriationsstrategi, der tog sigte på at underminere skellene mellem forskellige billedverdener. Pressefotografier med krig, elendighed og død som motiv – en guerillasoldat med en lårbenskogle fra et menneske i hånden, den AIDS-døende David Kirby, offeret for en mafialikvidering etc. – blev transplanteret fra nyhedsformidlingen til modereklamens æstetiserende kontekst. Når Benetton's problematiske fremgangsmåde chokerede, var det bl.a. fordi kampagnen ikke fremviste det forventede – apolitisk produktpleje, realitetsfortrængning og mønstergyldige livsstilsideal. Den brød tværtimod med reklamens koder og rejste tvivl om sit eget indhold og formål. Det chok, som Holzer og Kruger tilstræber, befinder sig på et andet plan end skandalens, men det udløses som i Benetton's tilfælde af repræsentationens indre spændings- og modsætningsforhold. Det fremgår bl.a. af Holzers begrundelse for, hvorfor hun – helt i tråd med O.J. Gudes tanker om lysreklamen – sværger til de lysende elektroniske informationsskilte som kunstnerisk medium:

»Fordi skilte er så prangende, kan man få tusindvis af mennesker til at betragte dem, når man anbringer dem i en offentlig situation. [...] Jeg var interesseret såvel i skiltene*s effektivitet* som i den form for *chok-værdi* skiltene har, når de er programmeret med mit mærkelige materiale. Disse skilte anvendes til reklame og de bruges i banker. Jeg mente, det kunne være interessant, at indsætte andre emner, en slags *fordrejet indhold* i dette format, denne *almindelige maskine*.«⁵³

Snarere end en chokoplevelse forårsaget af mødet med et normbrud eller det hidtil usete tilstræber Holzer og Kruger et antagonismernes chok eller en »dialektik i stilstand.«⁵⁴ De spænder deres kunst ud mellem accentuerede yderpoler. I det ovenstående citat kommer Holzer selv ind på det chok, som misforholdet mellem den 'fejlplacerede' meddelelse og forventningerne til den lysende og oplysende informationstavles indhold kan afstedkomme, idet hun samtidig antyder konturerne af et af industrialderens store konflikttemaer – mennesket versus maskinen. Man kunne dog udpege mange flere af disse spændingsfyldte balancer og konfliktuelle motiver i Holzers og Krugers arbejde: Mellem kommercialiserede massemedier/ antikommercielle interesser, offentligt/privat, anonymitet/subjektivitet, populisme/elitarisme, kliché/kritik, billede/tekst (Kruger) og angst/magt (Holzer). Deres kunst rummer en lang række uløselige spændingsforhold eller kollisioner mellem uforenelige modsætninger – med andre ord, den form for bevidst *konfrontation af ekstremer*, afskrælet enhver antydning af en mulig, overgribende énhed, som den tyske modernitetsteoretiker Willem van Reijen har fremhævet som et af postmodernismens hovedkarakteristika.⁵⁵

Chokæstetikken er ligesom montageprincippet baseret på visuelle stimuli, der skal bevæge publikum til et respons, som normalt fremkaldes ved oplevelsen af virkeligheden, navnligt som den former sig i den moderne, industrialiserede storby. Selv om chokvirkningen ikke nødvendigvis udgår fra en illusionistisk afbildning af bymiljøet, så indebærer chokket – i og med det jo ikke er et decideret æstetisk respons – ligesom illusionismen en sløring af grænserne mellem kunst og virkelighed eller, bedre, en tilnærmelse af den æstetiske oplevelse til en urban virkelighedsfølelse.⁵⁶

I sit klassiske essay om storbyen fra 1903 *Die Großstädte und das Geistesleben* søger Georg Simmel en forklaring på storbybefolkningens følelseskolde intellektualisme og panser af blaserthed i den overstimulering af psyke og sanser, som den moderne storbys hurtige sammenpresning af vekslende billeder og pludselige overrumpling med voldsomme indtryk forårsager.⁵⁷ Denne sansechokagtige invasion af bevidstheden kræver ifølge Simmel, at individet udvikler et perceptuelt overlevelsese- eller chokberedskab, der mobiliserer intellektet, idet det netop er den mest fleksible og tilpasningsdygtige af vore indre egenskaber. Som værn mod den fundamentale splittelse, fluktueringerne og diskontinuiteten i de ydre omgivelser rejser storbymennesket et værn af sløvhed omkring sit indre: »Der findes måske intet psykisk fænomen, der er så ubetinget forbeholdt storbyen som blasertheden [...], hvor nerverne opdager, at deres sidste mulighed for at affinde sig med storbylivets indhold og form be-

står i, at de afstår fra at reagere på dem.«⁵⁸ Hensunken i en tilstand af blasert-hed toner alt forskelsløst gråt for storbyboerens blik:

»Blaserthedens væsen er ufølsomheden over for forskellene på tingene, ikke i den betydning, at de ikke bliver opfattet, sådan som det gælder for den stupide, men således, at betydningen og værdien i forskellene på tingene og dermed tingene selv bliver følt som ligegyldige. De fremtræder for den blaserte i en jævnt mat og grå farvning, ingen ting er værd at fo-retrække frem for en anden.«⁵⁹

En sådan livsværdinivellering kommer til udtryk i Jenny Holzers alenlange række af lige-gyldige truismes. Med sin overføring af truismene fra plakater til elektroniske informations- og reklamelystavler angiver hun tilmed blasert-hedens forbindelse med den kapitalistiske markedsøkonomi. Simmel: »Denne sjælstilstand er den tro subjektive refleks af den fuldt gennemsatte pengeøko-nomi.«⁶⁰

Den nihilistiske værdinivellering i Holzers *Truisms* fungerer imidlertid som et tveægget sværd, hvis ene side vender udad mod socialiteten og markeds-økonomien, og hvis anden side vender indad mod den kunstneriske metare-fleksion over de vilkår, kunstværket perciperes og meddeler sig på i en storby-kontekst. Med deres variable rækkefølge og gensidige udtømmning af hinandens meningsfylde fremmaner truismene på et overordnet plan en stemning af ur-ban blaserthed, dvs. den psykiske tilstand som Holzers gadepublikum må for-modes at befinde sig i, og som de enkeltstående truismers intellektuelle op-vækkelse spiller op imod. Den blasertes desinteresse er med andre ord truis-mernes *conditio sine qua non*.

Denne bestemmelse af forholdet mellem del og helhed, enkeltsentens og teksttotalitet, gør det muligt at foretage en mere analytisk præcisering af det illuminerende chokrespons, som Holzers *Truisms* tager sigte på at udløse, med et af Walter Benjamins begrebspar: adspredthed og koncentration. Ifølge Ben-jamin er adspredthed og koncentration ikke diametrale modsætninger. Der eksisterer tværtimod en dynamisk forbindelse mellem de to tilstande. For Ben-jamin repræsenterer chokoplevelsen den moderne tids variant af koncentration-en, idet den mobiliserer hele ens åndsnærværelse. Ideen om en dialektisk for-bindelse mellem koncentration og adspredthed stiller Benjamin imidlertid på spidsen i en ekstrem grad, idet han fremstiller adspredelsen som selve mulig-hedsbetingelsen for den højeste koncentration. Kun når man er adspredt, er det muligt at lade sig ramme af det absolut Andet som af et stød og finde den vir-kelige midtes åndelige koncentration.⁶¹ At de dadaistiske collager, fotografiet og især filmen besad det nødvendige potentiale til at rive folk ud af deres van-

te tankebaner og stimulus-responsmønstre i kraft af deres chokeffekter var som bekendt en af Walter Benjamins kardinaltanker i *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* fra 1936-39. I de værker, som Barbara Kruger og Jenny Holzer har installeret i det offentlige rum, skal chokæstetikken ideelt set tjene det formål, som Benjamin tillagde den – nemlig at fremkalde lynnedslag af klarsyn, en højnet kritisk bevidstheds momentane opvågning fra de socio-kulturelle, politiske og kulturindustrielle fantasmagorier.

Det offentlige forum

De ovenstående betragtninger kan sammenfattes således: Storbyens transformation til et komplekst, konturløst urbant felt, sammenvævet med de elektroniske mediers virtuelle by rejser nye problemer for den billedkunstneriske fremstilling af storbyvirkeligheden. Barbara Kruger og Jenny Holzer 'løser' repræsentationskrisen ved at tage den nuværende storbysituation på sig. De prøver at intervenere den grasserende strøm af hurtigt forbiflimrende tegn og signaler med det formål at intermittere kredsløbet og fiksere de forbipasserendes opmærksomhed på kunstværket. Ved at infiltrere storbyens uophørligt kværnende kommunikationskredsløb får Kruger og Holzer ikke alene udvidet kunstværkets kommunikationsradius. De får også tydeliggjort kunstens sammenvævedhed med de socio-økonomiske, politiske, teknologiske og kulturindustrielle aspekter af storbysamfundet. Strategien indebærer dog en fare for at kunstværket drukner i overfloden af billeder og andre visuelle chok. Desuden rummer fremgangsmåden en risiko for, at det kunstneriske udsagn udtyndes som følge af approprieringen af mediernes forsimpelende fremstillingsformer og dermed mister det potentiale, det har i kraft af at være et kunstværk og ikke bare et billede (næsten) ligesom alle andre illustrerende billeder, eller i sin egenskab af at være en eksperimentel tekst og ikke kun en stump massekommunikeret, sprogligt homogeniseret samfundskritik.

Hvorvidt interventionen vitterligt har den vanskeligt registrerbare erkendelsesudvidende indvirkning på de forbipasserende, som kunstnerne selv tiltror den, skal ikke diskuteres her. I stedet skal jeg forsøge at uddybe, hvorledes Krugers og Holzers projekter stiller begreberne offentlighed, kommerialisering, kritik og utopi i et nyt lys.

De to kunstneres bestræbelser på at udforme en ny form for offentlig tale baseret på en dialogisk fremstillingsform er motiveret af et erkendt behov for at redefinere kunstnerens rolle i samfundet. Som Suzi Gablik har observeret, er det karakteristisk for kunstnere, som arbejder uden for museernes, galle-

riernes og den bestilte offentlige udsmyknings etablerede institutionelle rammer og i dette 'udenfor' prøver at realisere en mere formålsrettet og omverdensinvolverende »forbindende æstetik« (*connective aesthetics*), at de samtidig også »rekonstruerer« forholdet mellem individ og gruppe samt mellem kunstværk og publikum.⁶² En af konsekvenserne er, som tidligere nævnt, at kunstnerne kastes ud i en ideologisk og identitetsmæssig konflikt, idet de på den ene side prøver at generobre en mere central placering i samfundslivet og på den anden side ønsker at fastholde deres integritet som uafhængige udenforstående. En anden og måske mere vidtrækkende konsekvens af, at kunstnerne har flyttet deres eksperimenterium ud i de byrum, hvor indbyggerne færdes som borgere og ikke som publikummer, er at det har reaktualiseret nogle af de grundlæggende spørgsmål om det kunstneriske udsagns offentlige karakter og hvorledes 'det offentlige' skal defineres, i særdeleshed i forhold til kunsten. Findes der i de senkapitalistiske kulturer en instans analog med den, Jürgen Habermas definerede med sit begreb om den borgerlige offentlighed, dvs. et forum for den kritiske diskussion af de politiske og socio-kulturelle forhold, der har indflydelse på såvel dannelsen som repræsentationen af ideer om samfundet og idealer for den politiske magt; et forum, hvis medium er det offentlige ræsonnement?⁶³ Forudsætningen for en sådan offentlighed er ifølge Habermas en klar adskillelse af samfund og stat, men dette skel er blevet mere og mere udvisket som følge af private interesseorganisationers stigende indflydelse på den statslige myndighed. Dermed, hævder Habermas, er mulighedsbetingelserne for en debatterende offentlighed, der medierer mellem samfund og stat gennem en fri og kritisk meningsdannelse også smuldret.⁶⁴ I forlængelse af Habermas' forfaldshistorie må man da spørge: Rummer de senkapitalistiske kulturer overhovedet mulighedsbetingelserne for tænkning og visualisering af en tilsvarende utopi om en kritisk diskuterende offentlighed?

Inspireret, dels af Habermas' offentlighedsbegreb og udviklingshistoriske perspektiv, dels af de gennemgribende, igangværende forandringer i den offentlige sfære skitserer W.J.T. Mitchell i introduktionen til antologien *Art and the Public Sphere* to alternative synsvinkler på meningsdannelsens aktuelle vilkår:

»Er vi vidne til reklamevirksomhedens afvikling af den offentlige sfære, den endelige ødelæggelse af muligheden for fri offentlig diskussion, drøftelse og kollektiv bestemmelse forårsaget af en ny kultur bestemt af korporativ, militær og statslig mediestyling, samt fremkomsten af en ny verdensorden, hvor offentlig kunst vil blive et domæne for »politiske rådgivere« og propagandister? Eller skaber internationaliseringen af den globale kultur muligheder for, at der kan komme nye former for offent-

lig solidaritet frem og efterladede åbninger, hvor nye former for offentlig modstand mod homogenisering og dominans kan trænge ind?»⁶⁵

Dette spørgsmål stiller Mitchell andetsteds i den ovennævnte antologi til Barbara Kruger, der prompte svarer med et modspørgsmål: »[H]vad er en offentlig sfære, som er en u-kommerciel offentlig sfære? [...] Jeg lever og taler gennem en krop, der er bygget af momenter, formet af magten og pengenes hastighed. Så jeg kan ikke se dette skel mellem hvad der er kommercielt og hvad der ikke er kommercielt.«⁶⁶ Over for Mitchell afviser Kruger spontant tanken om, at senkapitalismen skulle have rum for en offentlighed i den Habermaske betydning af ordet. Spørgsmålet er imidlertid, om ikke Krugers udtalelser dementeres af hendes egne værkers »u-kommercielle« angreb på kommercielt udnyttede klicheer. Selv om Kruger næppe ville modsige Habermas' synspunkt, at massemediernes envejskommunikation kun er en skin-offentlighed, idet den for det første repræsenterer en manipulerende, ikke en kritisk offentlighed, og for det andet ikke er henvendt til et kulturræsonnerende publikum, men til kulturkonsumerende forbrugere,⁶⁷ så er tilskyndelsen til hendes arbejde ikke desto mindre i overensstemmelse med Habermas' oplysningsideal, at vejlede i »offentlig bruk av fornuften.«⁶⁸

Kruger er dog uomtvisteligt pessimistisk på samfundsutopiernes vegne, hvilket også kommer til udtryk flere steder i hendes samling af essays og anmeldelser af film og TV, *Remote Control. Power, Cultures, and the World of Appearances*, eksempelvis i den allegoriske tekst »Utopia: The promise of Fashion when time stands still.«⁶⁹ I et nærmest filmisk forløb skildrer teksten konfrontationen mellem to begrebsfigurer: Moden, der villigt gør sig til slave af den sociale udveksling i nuet, og Utopien, hvis mål er en perfektion, vristet fri af nutidens førergreb. Barbara Kruger henlægger Modens og Utopiens møde til et bysceneri, udkanten af en by – måske en Wild West-kulisse, måske udkanten af en metropol, lokaliteten beskrives ikke nærmere. Til gengæld udmales mødet i våbenduallens tyndslidte metaforer: »De nærmer sig langsomt hinanden. Det er midt på dagen, og deres revolvere er ladte. I de fire minutter, hvor de har stået ansigt til ansigt med hævede våben, har Moden skiftet kostume otte gange. Han truer Utopien, idet han fortæller hende, at han har løfter at holde og øjeblikke at garantere.«⁷⁰ Ét plan i allegorien er den ironiske omvendning af kønnes vante forhold. Det kvindelige associeres i allegorien med visionen og sejren, det mandlige derimod med forfængelighed og underkastelse. Trods alle Modens forsøg på at forføre Utopien, vinder Utopien nemlig duellen: »Hendes hænder er hurtige, mens hans generes af de opsmøgede ærmer på hans læderjakke.«⁷¹ Kruger følger allegorien op med en lettere kryptisk kommentar, der fjører et selvreflekterende og interpreterende metaplan til selve

allegorien: »Ideen er,« forklarer hun, »at den utopiske forjættelse, perfektionen som den toner frem for det indre øje, ikke engang overvejer ideen om at blive fordi den ved, at Moden er baseret på acceleration og adspredelse.«⁷²

Krulers egen udlægning indicerer, at hendes kunstneriske arbejde inden for rammerne af reklamen, der jo i allerhøjeste grad er underlagt modens lune-fulde diktater, er baseret på en opfattelse af denne kommunikationsform som værende uforenelig med »den utopiske forjættelse.« Alligevel synes hun at have bevaret troen på, at det trods alt er muligt at fremsætte en transformerende kritik på kulturindustriens præmisser, at der er rum for »noget andet [...]». Noget der er lokaliseret mellem teori, latter og tingenes faste masse. [...] Noget som ikke har brug for utopier eller hellige trosstrukturer [...]og] som kan [...] lege kispus med magtens formelle former.«⁷³

I lighed med Krulers billedkunst og skrifter er Holzers arbejde baseret på en tillid til, at det er muligt at føre en art modstandens æstetik ud i livet. Ved at optræde i rollen som en slags mediekaprer og offentlig taler, der giver udtryk for sin private frygt, prøver hun at gøre krav på en del af reklamens og informationskiltningens rum, med andre ord, at skaffe sig adgang til en kommercielt eller statsligt kontrolleret kommunikationssfære, som 'offentligheden' (Habermas) normalt ikke har adgang til. I Holzers skriftlige 'meddelelser' i byrummet hører man den institutionelle stemme fra den offentlige informationsservice, men indholdet har en decideret undergravende udformning – teksterne fremtræder som en anomali på det givne sted og i forhold til de autoriteter, beskueren (fejlagtigt) måtte formode havde distribueret dem. Gennem appropriation og kritisk, dissonantisk reorganisering af de konsensusstyrende mediers indhold får Holzer skabt en skinger, flertydig spænding på de offentlige lokaliteter, der er genstand for hendes indgriben.

I den ovennævnte introduktion til samtidskunstens position i forhold til den offentlige sfære definerer W.J.T. Mitchell to typer orientering, hvormed kunsten i det offentlige rum kan være retningsvisende for sit publikum: den utopiske og den kritiske. Den utopiske har som mål at etablere en ideel offentlig sfære, et imaginært og harmonisk socialt rum. Som den utopiske orienteringsgrundtype nævner Mitchell det klassiske billede af tempelindgangen eller en plads befolket med vise kvinder og mænd i oplyst samtale. Den kritiske påvirkning af publikum forudsætter til gengæld en kunst, der obstruerer idealet og får billedet af den fredelige, utopiske offentlig sfære til at krakelere. Denne kunst stiller skarpt på modsætningsforhold og indtager en ironisk, anfægtende og modarbejdende holdning til det publikum, den henvender sig til og det offentlige rum, som den griber ind i, transformerer og kommenterer.⁷⁴ Umiddelbart forekommer Kruger og Holzer at placere sig på den institutionseksterne kunsts kritiske fløj, idet deres arbejde er baseret på overbevisningen om,

at afviklingen af den offentlige frizone *har* fundet sted. Ikke desto mindre forsøger de, nærmest på trods, at transplantere et utopisk moment fra kunsten til den gennemkommercialiserede offentlige sfære, hvor de opererer. Deres tillid til den kunstneriske interventions synlighed og chokilluminationens virkningsfuldhed kan i sig selv betragtes som et udtryk for tilstedeværelsen af en kritisk-utopisk tankegang.

Krugers og Holzers arbejder i byrummet er i modsætning til de permanente kunstudsmykninger værker uden steder (topoi), et træk som dels understreger det u-topiske aspekt af deres kunstneriske univers, dels viser, at det utopiske udkast og den kritiske indsigelse ikke nødvendigvis er adskilte og gensidigt ekskluderende funktioner i den kunst, der opererer i det offentlige rum. Utopien og kritikken må således ses som forskellige måder, hvorpå kunstneren kan markere kunstens faktiske marginalitet i selvsamme gestus, som hun/han angiver dens imaginære centralitet og potentiale som sted for markeringen af oppositionelle standpunkter og alternative orienteringspunkter.⁷⁵

For Habermas var alle livsaspekters tendentielle assimilering i produktions-, konsumets og kulturindustriens kredsløb ensbetydende med den frie meningsdannelse alarmerende forsvinden:

»Når markedets lover – som behersker sfæren for varesamkvem og samfunnsmessig arbeid – også trenger inn i den sfære som er forbeholdt privatfolk samlet til publikum [dvs. den borgerlige offentlighed], forvandler resonnementet seg tendensielt til konsum.«⁷⁶

Den måde offentlighedsproblematikken reflekteres i Krugers og Holzers kunst bekræfter Habermas' analyse af udviklingen i de kapitalistiske samfund, men i modsætning til Habermas tager kunstnerne de gældende vilkår på sig. Deres accept er dog ikke passiv. I stedet forsøger de at vende den udviklingsproces, som Habermas beskriver, ved at implantere kritikken i det system, der er genstand for kritikken. Det er lige præcis derved Krugers og Holzers kunst vinder en kritisk-utopisk dimension. Hvis markedsmekanismerne, som Habermas skriver, kan trænge ind i den sfære, som er forbeholdt den offentlige meningsdannelse, så må, synes Kruger og Holzer at ville sige, det kritiske ræsonnement omvendt også kunne trænge ind i den sfære, som er forbeholdt privatmennesker samlet om forbrug, og derved tendentielt forvandle konsum til ræsonnement.

Noter

1. De anførte *Truisms* er citeret efter: Christos M. Joachimides og Norman Rosenthal: *Metropolis*, katalog fra udstillingen af samme navn i Martin Gropius Bau, Berlin. New York 1991, pp. 154-55. Oversættelserne af Jenny Holzers *Truisms* og de senere anførte kunstnercitater fra diverse interviews samt øvrige citater fra fremmedsprogede tekster er mine, hvis ikke andet er anført. Den engelske originalversion af truismene lyder: »There's a fine line between information and propaganda.« »Abuse of power comes as no surprise.« »True freedom is frightful.« »Money creates taste.« »Stupid people shouldn't breed.« Et udvalg af Holzers *Truisms* blev vist på the Spectacolor Board på Times Square, New York 1982 og på en tilsvarende lysreklametavle på Picadilly Circus, London 1988-89. De blev endvidere trykt i tysk oversættelse på togvogne i Hamburg 1987. Jf. op.cit., pp. 156-58. En visning af udvalgte *Truisms* på de elektroniske informationsdisplays på bagagekarrusellerne i McCarran International Airport, Las Vegas, fandt sted i 1986. Jf. Michael Auping: *Jenny Holzer*, New York 1992, p. 88.
2. Auping, p. 26.
3. »I loved all these great thoughts on Western culture, but figured I was reasonably bright and reasonably well educated, and if I couldn't plow through it, certainly a lot of other people couldn't either. I realized the stuff was important and profound, so I thought maybe I could translate these things into a language that was accessible. The result was the 'Truisms'.« Jenny Holzer, in Bruce Ferguson: »Wordsmith. An Interview with Jenny Holzer«, in *Art in America*, no. 12, december 1986, pp. 109-15 + 153; p. 111.
4. Eksempelvis Auping, p. 21.
5. »I got the idea partly from someone – I assume it was a man – who went around plastering Times Square with posters that warned other men to stay away from the vice in the area, warning them that they would get leprosy and tuberculosis if they crossed this imaginary circle that he'd supposedly put around it. I was amazed at how the word 'leprosy' on a poster could stop you short, and at how effective these posters were. He was tireless. They were absolutely everywhere. [...] I would see that other people were amazed by them, too.« Jenny Holzer in: Ferguson op.cit., p. 111.
6. Ifølge Michael Auping er Holzers grafiske lay-out, med hendes egne ord, »designet til at give et indtryk af [...] en autoritetens stemme.« Auping, p. 21. Jf. også p. 79.
7. Jenny Holzers karakteristik af de sene 1970'eres New York som »et plakatopklæbende samfund« kunne tyde på, at hun har orienteret sig bredt om plakatgenrens slagkraft som gadekurant kommunikationsmiddel. Holzer citeret efter Auping, p. 78.
8. Plakaten er illustreret i Auping, p. 18. Teksten lyder: »Warning:/Deadly disease./ Leprosy disease/ eats away terribly./ Stay away from/ these tramps./ They have leprosy/ disease./ And tuberculosis/ disease./ Men caught/ leprosy./ And tuberculosis./ From these tramps./ Stay away from/ these tramps. [...]«
9. Det engelske ord »leprosy« bruges i modsætning til det danske »spedalskhed« også i overført betydning om moralsk fordærv eller smitte.
10. Michel Foucault: *Discipline and Punish. The Birth of the Prison*, New York 1994, pp. 195ff.
11. På engelsk lyder de citerede *Truisms*: »Automation is deadly.« »Awful punishment

- awaits really bad people.« »Your oldest fears are the worst ones.« »Absolute submission can be a form of freedom.« »Categorizing fear is calming.« »Protect me from what I want.«
12. Lewis Mumford: »The Culture of Cities« fra Mumfords bog af samme navn (1938). Opretrykt in: Philip Kasinitz (ed.): *Metropolis. Center and Symbol of our Times*, New York 1995, pp. 21-29; p. 21.
 13. Loc.cit., p. 24.
 14. Walter Benjamin: »Über einige Motive bei Baudelaire« in: Walter Benjamin: *Gesammelte Schriften*, Rolf Tiedemann og Hermann Schwepenhäuser (red.), Frankfurt am Main 1974, bd. I.2., pp. 605-654; p. 618.
 15. Til de vigtigste udstillingsbaserede dokumentationer af kunstnerens intensiverede interesse for den urbane erfaringsverden hører udstillingerne »Metropolis« (Martin Gropius Bau, Berlin 1991) og »High & Low. Modern Art and Popular Culture« (Museum of Modern Art, New York 1991). Endvidere giver Nicholas de Oliveira et.al. i bogen *Installation Art*, London 1994, en lang række eksempler på, hvorledes storbyrelaterede temaer er blevet repræsenteret i installationer, såvel værker, der er blevet tilpasset specifikke byrum og bygninger med en ikke-kunstrelateret funktion, som sådanne, der er blevet udformet til gallerier og museumssale.
 16. Kate Linker: *Love for Sale. The Words and Pictures of Barbara Kruger*, New York 1990, p. 12.
 17. Kirk Varnedoe og Adam Gopnik: *High & Low. Modern Art and Popular Culture*, katalog fra The Museum of Modern Art, New York 1991, pp. 390-91. Kendskabet til reklamens forførelsesmekanismer, herunder dens effektive fiksering af betragteren gennem en streng økonomiseren med billeder og tekst, erhvervede Barbara Kruger gennem sit arbejde som grafiske designer, bl.a. på modebladet *Mademoiselle* i anden halvdel af 1960'erne – et arbejde som hun selv betragter som »den største indflydelse på mit arbejde.« Barbara Kruger, citeret efter: Kate Linker op.cit., p. 14.
 18. »[...] language inevitably conditions our responses to the city. Our perceptions of the urban landscape are inseparable from the words we use to describe them and from the activities of reading, naming, and metaphorizing that make all our formulations possible.« William Sharpe og Leonard Wallock: »From 'Great Town' to 'Nonplace Urban Realm': Reading the Modern City«, in: William Sharpe og Leonard Wallock (ed.): *Visions of the Modern City. Essays in History, Art, and Literature*, Baltimore 1987, pp. 1-50; p. 1.
 19. Loc.cit., pp. 29-31. Sharpe og Wallock drager deres konklusioner i forlængelse af en række nyere undersøgelser af strukturforandringerne i den vestlige verdens metropoler efter anden verdenskrig, bl.a. af Melvin M. Webber, Mark Gottdiener og Erik E. Lampard samt rapporter fra den amerikanske Federal Committee on Metropolitan Statistical Areas.
 20. Min kursivering. »Yet at the height of its popularity as a special topic the city begins to lose whatever clear definition it might have had in earlier art and literature. The urban sensibility becomes increasingly a modern sensibility that we can as readily locate in Juan Gris's still-life collages or Monet's haystacks as in Pound's London 'Vortex' or Janet Flanner's 'Cubical City'«, loc.cit., p. 7.
 21. David Carrier: *The Aesthete in the City. The Philosophy and Practice of American Abstract Painting in the 1980's*, Pennsylvania 1994, p. 79.
 22. Wolfgang Max Faust: »Metropolis and the Art of Our Time«, in: Christos M. Joachimides og Norman Rosenthal: *Metropolis*, New York 1991, pp. 19-24.

23. »A second Nature has supplanted the first, usurping the place of direct experience.«
Loc.cit., p. 19.
24. Feminiteten er et centralt anliggende hos de to kunstnere, navnligt hos Kruger, men temaet er allerede grundigt behandlet andetsteds i litteraturen om dem, bl.a. in: Auping, pp. 56ff. og pp. 106ff.; Linker, pp. 31ff.; Laura Mulvey: »Dialog med åskådaren. Barbara Kruger og Victor Burgin«, in: Jan-Erik Lundström (red.): *Tanker om fotografi*, Stockholm 1993, pp. 245-58.
25. Det er betegnende at Michael Auping søger forløberne for Holzers opbrydning af den offentlige informations homogeniserende sprog, så det åbner sig for private forestillinger i kubisternes indføjelse af løsrevne tekstfragmenter i billedet samt i dadaisternes ord- og billedkombinerende collager og futuristernes typografiske collager. Auping op.cit., pp. 7-9.
26. Jf. Christopher Philips: »Introduction« og Maud Lavin: »Photomontage, Mass Culture, and Modernity«, begge in: Matthew Teitelbaum (ed.): *Montage and Modern Life. 1919-1942*, katalog fra The Institute of Contemporary Art, Boston 1992, pp. 20-35 og pp. 36-59.
27. Benjamin H.D. Buchloh: »Allegorical Procedures. Appropriation and Montage in Contemporary Art«, in: *Artforum*, no. 21, september 1982, pp. 43-56; p. 43.
28. »Die Masse ist eine matrix, aus der gegenwärtig alles gewohnte Verhalten Kunstwerken gegenüber neugeboren hervorgeht.« Walter Benjamin: »Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit« (2. version), in: Walter Benjamin: *Gesammelte Schriften*, Rolf Tiedemann og Hermann Schweppenhäuser (red.), Frankfurt am Main 1974, bd.I.2., p. 503. På dansk i *K&K* 77..
29. Jenny Holzer kommenterer den fare for oversimplifikation, som massekommunikationssituationen rummer in: Bruce Ferguson op.cit., p. 114: »Overforsimpling er en reel fare med stykkerne [*the Truisms*] og nogle gange mærker jeg begrænsningen ved at arbejde på denne måde. Det er en ubehagelig side ved offentlige værker: Når man kun har et eller to sekunder til at indfange nogen, kan meddelelsen blive reduceret til det punkt, hvor den bliver åndsforladt [...]. Jeg tror ikke, at denne form for arbejde udelukker godt indhold [...]. Der er bare en fare for, at sproget kan blive så afpillet, at det ender med at blive til banalt nonsens.«
30. Distinktionen mellem *public art* og *art in public places* er indført af den amerikanske kurator John Beardsley i 1981. Se Virginia Maksymowicz: »Through the Back Door. Alternative Approaches to Public Art,« in: W.J.T. Mitchell: *Art and the Public Sphere*, Chicago 1992, pp. 147-57; p. 148. Debatten om den seneste amerikanske offentlige kunst (der set gennem europæiske briller i de fleste tilfælde forekommer at være enten mere politisk korrekt eller socialt aktiverende end egentlig kunstnerisk og politisk kontroversiel) har resulteret i flere antologier. Foruden den ovennævnte: Arlene Raven (ed.): *Art in the Public Interest*, Ann Arbor, Michigan 1989; Suzanne Lacy (ed.): *Mapping the Terrain. New Genre Public Art*, Seattle, Washington 1995. For en oversigt over de kunsthistoriske forudsætninger for den seneste amerikanske kunstmanifestationer i det offentlige rum, se Suzanne Lacys artikel: »Cultural Pilgrimages and Metaphoric Journeys,« pp. 19-49 i den sidstnævnte antologi.
31. Termen »offentlig kunst« er problematisk fordi, al kunst må forholde sig til begrebet offentlighed. Som W.J.T. Mitchell har gjort det i en diskussion af forholdet mellem kunsten og den offentlige sfære, må man frakende betegnelsen meningsfuldhed: »[...] either there is no such thing as public art, or all art is public art.« W.J.T. Mitchell: »Introduction. Utopia and Critique«, in: W.J.T. Mitchell: *Art and*

- the Public Sphere*, Chicago 1992, pp. 1-5; p. 4.
32. Suzanne Lacy, p. 20.
 33. »public art isn't a hero on a horse anymore.« Arlene Raven, citeret efter: Virginia Maksymowicz, p. 148.
 34. Udsmykningen er afbildet i Teitelbaum, p.180.
 35. Holzers viste udvalgte *Truisms* på the Spectacolor Board i 1982 og uddrag af *the Survival Series* i 1985-86, mens Kruger i 1983 viste en serie ordbaserede spots med titlen *I'm not trying to sell you anything*. Deres visninger foregik inden for rammerne af projektet *Message to the Public*, som the Public Art Fund sponsorerede over en 10-årig periode. Projektet gav billedkunstnere tid på Times Squares elektroniske lystavle. Hver måned præsenterede en ny kunstner en 30 sekunders sekvens af farvebilleder, der blev skudt ind mellem standardreklamer og vist 50 gange dagligt. Virginia Maksymowich op.cit., p. 154.
 36. Se note 1.
 37. En illustreret introduktion til Barbara Krugers projekterede, permanente udsmykning af centralstationen for Strasbourgs undergrundsbane findes in: Carol Squires: »Barbara Kruger«, in: *Aperture*, no. 138, New York, vinteren 1995, pp. 58-65.
 38. Marc Augé: *Orte und Nicht-Orte. Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit*. Frankfurt am Main 1994, pp. 90ff.
 39. M.h.t. reklamens tid, jf. Henry M. Sayre: *The Object of Performance. The American Avantgarde since 1970*, Chicago 1992, pp. 199-201. Den ultimative tilpasning til reklamens og de kommercielle TV-stationers fragmenterede tid, repræsenterer de værker, som Kruger og Holzer har indrykket som reklamespots på MTV. M.h.t. det urbane blik, jf. Øystein Hjort: »Kunst, kitsch, Überkitsch«, in: *Kritik*, nr. 88, København 1989, pp. 86-103; p. 96. Hjort pointerer, at Holzer og Kruger opererer, ikke alene ud fra en generel forståelse af reklamens kommunikationsstrategier, men også ud fra en forståelse af reklamens specifikke tilpasning til den urbane perceptions »vernacular glance«, det hastigt afsøgende blik, der nærmest subliminalt registrerer og sorterer storbyens kaotiske mængde af visuelle informationer.
 40. »[...] sites of forced proximity and edgy experiments in density and inclusion.« Barbara Kruger: »An 'Unsightly' Site«, in: Barbara Kruger: *Remote Control. Power, Cultures, and the World of Appearances*, Cambridge, Mass. 1993, pp. 16-19; p. 18.
 41. »[...] a high-voltaged spectacle«, loc.cit., p. 17.
 42. »[...] a fabulous diamond in a great setting«, loc.cit., p. 18.
 43. »A city like New York can be seen as a dense cluster of civilization: a rampant bundle of comings and goings veneered with the tumultuous urgency of people busy living and dying. Amidst all this, Times Square has existed as a kind of brazenly pumped-up light show, a mix of touristic travel and insistent loitering. But now something new is emerging, a different face for Times Square, a makeover of sorts, resulting from an explosion of office construction on Manhattan's West Side.« Loc.cit., p. 16.
 44. »Times Square was, and could again be, this kind of gargantuan yet contained spectacle that perpetually flirts with our senses of wonderment and pleasure.« Loc.cit., p. 17.
 45. William Leach: »Commercial Aesthetics. Introductory Essay«, in: William R. Taylor (ed.): *Inventing Times Square. Commerce and Culture at the Crossroads of the World*, New York 1991, pp. 234-42, p. 238.

46. Ada Louise Huxtable: »Re-Inventing Times Square: 1900«, in: William R. Taylor (ed.): *Inventing Times Square. Commerce and Culture at the Crossroads of the World*, New York 1991, pp. 356-70; p. 358.
47. Jenny Holzer, in: Ferguson, p. 111.
48. »[...] everybody must read them, and absorb them, and absorb the advertiser's lesson willingly or unwillingly.« O.J. Gude: »Art and Advertising Joined by Electricity« in: *Signs of the Times*, november 1912, p. 3. Her citeret efter: William Leach, p. 236.
49. »If you want to reach a general audience, it's not art issues that are going to compel them to stop on their way to lunch, it has to be life issues.« Jenny Holzer, citeret efter: Auping op.cit., p. 16.
50. »It wasn't art as far as I know, but I was impressed with the idea that, if a text says something out of the ordinary, people take notice.« Jenny Holzer citeret efter: Auping op.cit., p. 21.
51. Jf. Robert Hughes' oversigtsværk om modernismen, *The Shock of The New*, London 1980.
52. Wolfgang Max Faust op.cit., p. 20.
53. Min kursivering. »Because signs are so flashy, when you put them in a public situation you might have thousands of people watching. [...] So I was interested in the efficiency of signs as well as in the kind of shock value the signs have when programmed with my peculiar material. These signs are used for advertising and they are used in banks. I thought it would be interesting to put different subjects, kind of a skewed content, in this format, this ordinary machine.« Jenny Holzer in: Siegel op.cit., p. 65.
54. Walter Benjamins begreb om en »Dialektik im Stillstand« udfoldes i forbindelse med hans analyse af den barokke allegoris dialektiske struktur i *Ursprung des deutschen Trauerspiels* in: Walter Benjamin: *Gesammelte Schriften*, Rolf Tiedemann og Hermann Schweppenhäuser (red.), Frankfurt am Main 1974, bd. I.1.
55. Willem van Reijen: *Die autentische Kritik der Moderne*, München 1994, pp. 14-15, p. 20.
56. I artiklen *Über einige Motive bei Baudelaire* fra 1939 berører Walter Benjamin chokæstetikens affinitet til virkeligheden, idet han definerer fotografiets og filmens auradestruerende chokvirkninger som en æstetisk formalisering af den urbane perception af hurtigt på hinanden følgende sansechok. Walter Benjamin: »Über einige Motive bei Baudelaire«, pp. 630-31. På dansk i Peter Madsen (red.) *Walter Benjamin*, København 1996, pp. 125-178.
57. Georg Simmel: »Die Großstädte und das Geistesleben«, in: Georg Simmel: *Brücke und Tür*, Michael Landmann (red.), Stuttgart 1957, pp. 227-242; pp. 227-28. De danske citater stammer alle fra Jørgen Holmgaards oversættelse: Georg Simmel: »Storbyerne og det åndelige liv«, in: *K&K* 71 1992, pp. 73-84.
58. »Es gibt vielleicht keine seelische Erscheinung, die so unbedingt der Großstadt vorbehalten wäre, wie die Blasiertheit [...] in der die Nerven ihre letzte Möglichkeit, sich mit den Inhalten und der Form des Großstadtlebens abzufinden, darin entdecken, daß sie sich der Reaktion auf sie versagen [...]« Loc.cit. pp. 232-33.
59. »Das Wesen der Blasiertheit ist die Abstumpfung gegen die Unterschiede der Dinge, nicht in dem Sinne, daß sie nicht wahrgenommen würden, wie von dem Stumpf-sinnigen, sondern so, daß die Bedeutung und der Wert der Unterschiede der Dinge und damit der Dinge selbst als nichtig empfunden wird. Sie erscheinen dem Blasierten in einer gleichmäßig matten und grauen Tönung, keines wert, dem anderen

- vorgezogen zu werden.« Loc.cit, p. 232.
60. »Diese Seelenstimmung ist der getreue subjektive Reflex der völlig durchgedrun- genen Geldwirtschaft.« Loc.cit., p. 232.
 61. Van Reijen op.cit. , pp. 15-16.
 62. Suzi Gablik: »Connective Aesthetics. Art after Individualism«, in: Suzanne Lacy: *Mapping the Terrain. New Genre Public Art*, Seattle, Washington 1995, pp. 74-87, p. 76.
 63. Jürgen Habermas: *Borgerlig offentlighed – dens fremvekst og forfall*, København 1971, pp. 25-28.
 64. Peter Madsen: »History and Consciousness. Cultural Studies between Reification and Hegemony«, in: *Thesis Eleven Nos. 5/6 1982*, pp. 204-214: p. 206.
 65. »Are we witnessing the liquidation of the public sphere by publicity, the final de- struction of the possibility of free public discussion, deliberation, and collective determination by a new culture of corporate, military, and state media manage- ment, and the emergence of a new world order in which public art will be the province of »spin doctors« and propagandists? Or does the internationalization of glo- bal culture provide opportunities for new forms of public solidarity to emerge, and leave openings for the intrusion of new forms of public resistance to homogeni- zation and domination?« W.J.T. Mitchell: »Introduction. Utopia and Critique« in: W.J.T. Mitchell (red.): *Art and Public Space*, Chicago 1992, pp. 1-5, p. 2.
 66. »[W]hat is a public sphere which is an uncommercial public sphere? [...] I live and speak through a body which is constructed by moments which are formed by the velocity of power and money. So I don't see this division between what is com- mercial and what is not commercial.« Barbara Kruger in: W.J.T. Mitchell: »An Interview with Barbara Kruger«, in: W.J.T. Mitchell: *Art and the Public Sphere*, Chicago 1992, pp. 234-48; pp. 234-35.
 67. Habermas op.cit., p. 163, p. 165, p. 222.
 68. Op.cit., p. 158.
 69. Barbara Kruger: »Utopia. The promise of Fashion when time stands still«, in *Re- mote Control. Power, Cultures and the World of Appearances*, Cambridge, Mas- sachusetts 1993, pp. 214-15.
 70. Barbara Kruger: »They slowly approach one another. It is high noon and their guns are loaded. In the four minutes in which they have been facing one another, wea- pons raised, Fashion has changed outfits eight times. He is threatening Utopia, tel- ling her he has promises to keep and moments to guarantee.« Loc.cit., p. 214.
 71. »Her hands are quick, while his are encumbered by the pushed up sleeves of his leather jacket.« Loc.cit., p. 214.
 72. »The idea is that [...] the Utopian promise, the mind's eye of perfection, doesn't even entertain the idea of staying because it knows that Fashion is predicated on acceleration and distraction.« Loc.cit., p. 215.
 73. »something else [...]. Something located between theory, laughter, and the con- cretion of things. [...] Something which has no need for utopias or sacred structures of belief [...], which can [...] dodge and play with the formalities of power.« Bar- bara Kruger: »Untitled«, in: *Remote Control*, pp. 229-232; pp. 231-32.
 74. W.J.T. Mitchell: »Introduction: Utopia and Critique«, loc.cit., p. 3.
 75. Loc.cit., p. 4.
 76. Habermas op.cit., p. 149.