

En genstands kulturelle biografi

Anders Kold Nielsen

Indledning

Allerede fra det tidspunkt, hvor en genstand - designet og produceret til et specifikt marked - første gang indtræder herpå, er der fra producentens side skabt en forhåbning om, hvordan denne vil blive modtaget, og derfor er der allerede pålagt den flere former for udtryksmæssige værdier. Af disse fremstår umiddelbart den tydeligste - eller i hvert fald den lettest aflæselige af dem: den økonomiske værdi, som hos virksomheden antageligt er tilpasset deres eget allerede eksisterende marked. Dog er der nogle genstande, som i løbet af deres "livsforløb" ændrer status fra udelukkende at være en vare til så at blive adapteret af nogle kulturelle institutioner eller tilhørende enkeltpersoner, hvormed de opnår en værdimæssig ophøjelse, som gør, at dennes kulturelle status forandres; bliver til noget mere end blot endnu en genstand for markedet at sælge i et homogent kredsløb af monetære udvekslinger. Genstande, som først og fremmest opstår i kommercielle sammenhænge, kan således opnå status af at være et kulturelt ikon for den tid og de tendenser, hvorfra den opstod. Netop disse forandringer i en genstands livsforløb er hvad jeg - med udgangspunkt i det italienske firma Olivettis' "Valentine" skrivemaskine, en bærbar skrivemaskine, som oprindeligt blev designet af den italienske arkitekt og designer Ettore Sottsass, samt den engelske designer Perry A. King i 1968 - vil undersøge.



Olivettis "Valentine" skrivemaskine, designet af E. Sottsass og P. A. King, 1968

Problemformulering

Med udgangspunkt i Olivettis "Valentine"-skrivemaskine vil jeg undersøge, hvordan denne har konstitueret en vis materiel interaktionsmulighed, som differentierer sig fra andre modeller inden for samme kategori, og hvordan dette - samt et originalt æstetisk udtryk, der blev set som en repræsentation af samtidens kunstneriske tendenser inden for popkunsten - antageligt har været med til at karakterisere "Valentine"-skrivemaskinen som værende noget enestående inden for moderne design, og derved har været med til at attribuere den en umiddelbar værdistigning både økonomisk og kulturelt. For planmæssigt at kunne afdække de forandringer, som "Valentine"-skrivemaskinen har undergået, er det altafgørende at kende herværendes baggrundshistorie samt den kulturelle kontekst, hvori den er opstået. Jeg vil følgelig foretage en historisk redegørelse for genstandens primære livsforløb og de umiddelbare højdepunkter og statusforandringer, som den har undergået, siden den blev introduceret. Udgangspunktet for denne redegørelse, samt følgende analyse, vil således ikke tage udgangspunkt i én konkret genstand, men i "Valentine"-skrivemaskinens overordnede og historiske livsforløb.

Med udgangspunkt i Igor Kopytoffs tekst "The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process" vil jeg foretage en redegørelse for skrivemaskinens umiddelbare livsforløb i henhold til hans karakteristik af, hvordan genstande og varer singulariseres og eventuelt igen af-singulariseres. Ydermere vil jeg konstruere en næranalyse af netop denne genstand med udgangspunkt i Prasad Boradkars "skin"-typologi fra teksten "Beautiful Things: The Aesthetics of "Surfaces"".

Det er min tese, at der gennem tiden er sket et skifte inden for det italienske firma Olivettis' produktkategori fra i begyndelsen mest at være fokuseret på genstandenes funktionalitet til senere at inddrage flere æstetiske virkemidler - og at "Valentine"-skrivemaskinen blev et umiddelbart forsøg på, fra virksomhedens side, at inddrage begge i én samlet konstellation. Ydermere vil jeg argumentere for, at det er denne samlede konstellation, samt dennes værdidefinerede omskiftelighed (jf. Kopytoffs singularisering og af-singularisering), som har givet Valentine skrivemaskinen netop det renommé, som den i dag stadig besidder - blandt andet som fast udstillingsgenstand hos MoMA i New York og andre ligeledes betydelige design- og kunstmuseer.

Igor Kopytoffs kulturelle biografi

Hvad er det så, som definerer en genstand, og er det muligt for en genstand at opnå flere umiddelbare definitioner i løbet af dennes livsforløb? Ifølge den kinesiske fødte professor i antropologi ved Pennsylvania University, Igor Kopytoff, har alle genstande - som har en vis disposition for at blive en vare og derved besidde en udbytteværdi, som gennem forskellige videresalg heraf kan forandres - mulighed for at undergå en såkaldt "singularisering" alt afhængigt af den samtid, hvori den eksisterer og de processer, som de undergår i deres umiddelbare "levetid". Kopytoff foreslår således, at man undersøger disse genstandes "kulturelle biografi" for at afdække nogle, hvis ikke alle, af de her forandringer i en genstands "levetid". Til den biografiske kortlæggelse af en genstand er Kopytoff af den overbevisning, at der bør gøres brug af samme udgangspunkt og brug af nogle af de samme spørgsmål, som man ville stille en person i en sammenlignelig bibliografisk afdækning og undersøgelse. Han understreger denne forudsætning med spørgsmålene:

"What, sociologically, are the biographical possibilities inherent in its "status" and in the period and culture, and how are these possibilities realized? Where does the thing come from and who made it? What has been its career so far, and what do people consider to be an ideal career for such things? What are the recognized "ages" or periods in the thing's "life", and what are the cultural markers for them? How does the thing's use change with its age, and what happens to it when it reaches the end of its usefulness? (Kopytoff, 1988, s. 66-67).

Med sin baggrund som kulturel antropolog kan den ovenstående og indirekte personificering af visse genstande ses som en understregelse af, at netop genstandes kulturelle konstitution og fysiske implikationer er det, som er definerende for dem i processen mellem at undergå en "commoditization" og en "singularization". Derudover tillægger Kopytoff genstandene høj grad af kommunikerende merbetydning grundet disses semiotiske konstituering af netop den kultur, hvori de er opstået og ikke mindst den, hvori de præsens ved undersøgelsestidspunktet er til stede.

I sin egen antropologiske undersøgelse af netop genstandes kulturelt konstituerede livsforløb tager Kopytoff udgangspunkt i "uku"-folket¹. Han tager i sit studie afsæt i deres hytter, som alle undergår flere socialt konstituerede faser i løbet af deres livsforløb. Til at begynde med står hytterne for en familie til fri benyttelse, hvorimod den, så snart den bliver ældre og begynder at forfalde, bliver til et gæstehus eller et

hus for en enke, som så vil bo deri alene. Når endnu der går noget tid, bliver hytten til et køkken eller et fristed for teenagere hos stammen, hvori de kan opholde sig og være i fred. Når hytten er i så dårlig stand, at den ikke længere er til at bruge for de folk, som bor i stammen, bliver den brugt til at huse stammens dyr; geder, høns og lignende - indtil den til sidst bliver i så dårlig stand, at den kollapser (Kopytoff, 1988, s. 67).

Hytterne fungerer således, ifølge Kopytoff, som et direkte statussymbol for indehaveren heraf på flere stadier. Stammen som helhed kan, hvis denne mangler gæstehuse, således blive opfattet som ugæstfri og ude af stand til at vedligeholde disse hytters oprindelige stand. Derudover kan også den enkelte persons status blive direkte fremhævet gennem hvilken hytte, som han eller hun er blevet indlogeret i, i et givent stadie af hyttens tilstand. Kopytoff giver det eksempel, at en gæst - som har fået påbudt et ophold i en hytte i en sådan stand, at denne normalt ville blive brugt som stammens køkken - ville kunne blive opfattet som en nedladende repræsentation af den enkelte gæst. Hytterne fremstår således som en direkte socialt-kommunikerende attribut, som dog kun eksisterer i netop denne kulturelle repræsentation heraf. I denne sammenhæng er forandringen også styret af såvel et tidsligt aspekt såvel som et fysisk aspekt – og er således styret af et forventet eller en forudsat form for forfald. Disse forandringer er så gennem nogle socialt bestemte rammer og regler blevet fastkonstitueret i dette samfunds udformning. Det er således altafgørende, ifølge Kopytoff, for at opnå en fyldestgørende forståelse af en genstands implikationer i en given kultur, at man gør brug af føromtalt kulturelle biografi for således at; ”make salient what might otherwise remain obscure” (Kopytoff, 1988, s. 67).

”Varens” historiske baggrund

Et af de aspekter, som af Kopytoff understreges, er, at ingen genstand i realiteten hverken kun er en vare, eller ikke er det, før der i realiteten sker en økonomisk udveksling heraf. For så umiddelbart at forstå baggrunden for netop disse kvantificerbare udvekslinger på det pågældende marked – med varen som den enkeltstående værdidefinerende faktor -, bliver det en nødvendighed at forstå selve konceptet bag ”varen”. Set i et idéhistorisk perspektiv fremstår varen som et marxistisk koncept, hvis værdi fremstår som værende styret af de bagvedliggende sociale relationer, men hvori producentens sociale relationer og fysiske bearbejdnings blot bliver reduceret til en relation, der udelukkende er baseret på en forventet økonomisk udveksling. (Kopytoff, 1988, s. 83).

Som arbejderklassens samt den socialistiske bevægelses altintegrerede talsmand fokuserede Marx mest af alt på den transformation, der sker, når den enkelte genstand kommer ud på et marked, som er defineret af økonomiske udvekslinger. Han var af den overbevisning, at genstanden, så snart den gennemgår en "commoditization", opnår et værdiskift fra at være defineret udelukkende af den enkelte arbejders individuelle interaktion med genstanden til så at repræsentere en vis abstrakt arbejdsindsats.

Værdisættelsen af de enkelte genstande er således ikke længere målt ud fra antallet af timer, der er brugt herpå (som det antageligt var mellem arbejder og arbejdsgiver), men opnår en vis kulturelt konstitueret merværdi. Genstandene undergår således en vis produktionsmæssig anonymitet og bliver, som følge af den foromtalte vareliggørelse, adskilt fra de arbejdere, som selv har stået for produktionen af dem. Genstanden i sig selv kommer umiddelbart herefter således til at fremstå som besiddende en eller anden form for indre og objektivt konstitueret værdi. Genstanden opnår i denne proces, ifølge Marx, en sådan "fetichisme", at genstanden for personen, som står i den anden ende af transaktionen, fremstår som indeholdende en eller anden form for implicit opstået værdi (Kopytoff, 1988, s. 83).

Kopytoff påpeger dog i relation til denne opfattelse, at værdien heraf, ikke blot gennem Marx' forestilling af en genstands fetichisme, er kommet af intentionelt at sløre de generelle produktionsmønstre, som ligger bag denne, men også at andre sociale, kognitive og kulturelle aspekter har haft en indvirkning herpå. Han formulerer herom; "[...] some of that power is attributed to commodities after they are produced, and this by way of an autonomous cognitive and cultural process of singularization" (Kopytoff, 1988, s. 83).

Commoditization og singularization

For således at forstå den generelle værdikonstituering af en pågældende genstand er det nødvendigt ligeledes at forsøge at forstå dennes umiddelbare "commoditization" samt dennes eventuelle "singularization". Det er dog, ifølge ovenstående konstituering af de bagvedliggende faktorer for en genstands tilstand og status, ikke nok kun at undersøge disse genstandes produktion og de umiddelbare udvekslinger, som har fundet sted, men med genstandene som udgangspunktet forsøge at sætte disse i en større kulturel sammenhæng. Modsat den marxistiske analyses udgangspunkt i henhold til forskellige genstandes materielle kultur, hvori der

udelukkende er fokuseret på disses "commodotization", er der ved Kopytoff i langt højere grad fokus på, at der, så snart der sker en "commodotization" af en genstand, følgende vil være nogle udefrakommende kulturelle faktorer, som umiddelbart vil trække den i retningen af en "singularization".

Denne kontinuerligt skiftende proces, mener Kopytoff, kan afdækkes gennem hans egen udlæggelse af en genstands "kulturelle biografi" -blandt andet gennem de før anførte spørgsmål om genstandens oprindelse, alder og så videre. Samtidig bliver udgangspunktet at undersøge, hvordan processen mellem singularisering og en eventuel af-singularisering - henimod en nyopstået "commoditization" - finder sted, hvorfor det antages, at de pågældende genstande umiddelbart undergår denne, og hvilken påvirkning det har på opfattelsen og herved værdisættelsen heraf. På trods af en umiddelbar vareliggørelse er det ifølge Kopytoff betydeligt at påpege, at en singularisering ikke gælder for genstande, som i et samfund fra produktionstidspunktet eller allerede før gøres offentlige, og derved ikke kan opnå tilstanden af at blive en reel vare, som kan udveksles med andre varer (Kopytoff, 1988, s. 73). Singulariseringen af en genstand forudsætter, at denne tilhører en kategori, som også normalt indeholder genstande, der i samfundet karakteriseres som værende en eller flere varer. Kopytoff understreger denne forandrende proces af en vare med sætningen: "[...] – in effect, commodities are singularized by being pulled out of their usual commodity sphere" (Kopytoff, 1988, s. 74).

Det forudsættes således, at for, at der kan ske en singularisering, har genstandene allerede undergået en "commoditization". Genstandene opnår således en heterogenitet, som kulturelt adskiller sig fra andre homogene genstande og varer og bliver ophøjet til noget specielt inden for deres egen umiddelbare varekategori.

I singulariseringsprocessen opnår nogle genstande inden for visse udvekslingssfærer (Jf. Kopytoff) således en sådan stigning i deres kulturelt- eller socialt konstituerede værdi, at de nærmest bliver uvurderlige for indehaveren heraf - om så det er enkeltpersoner eller hele institutioner (museer, virksomheder etc.). Ved enkeltpersoner kan blandt andet en vis nyopstået affektionsværdi overfor genstanden gøre, at selve genstanden, som for den oprindelige køber heraf antageligt kun har været en vare (medmindre denne allerede fra begyndelsen har været et unika kunstværk), nu ikke længere kun er netop det – og antageligt aldrig, for den pågældende, bliver det igen, da den har opnået en tilstand som særegen. Genstanden har herved, ifølge Kopytoff, undergået den førnævnte "singularisering" (Kopytoff, 1988, s. 82-83).

Alligevel er Kopytoff af den overbevisning, at disse genstande, som før har været en vare, stadig potentielt er en vare - netop fordi de stadig har en potentiel udvekslingsværdi, hvis indehaveren af den på et tidspunkt ønsker at videresælge den. Dette gælder ifølge Kopytoff også selvom nogle af disse pågældende institutioner, som samtidig med at være indehaveren af et unikt kunstobjekt, forsøger at pålægge denne en vis uvurderlighed. Kopytoff eksemplificerer denne tendens gennem følgende beskrivelse: "When things participate simultaneously in cognitively distinct yet effectively intermeshed exchange spheres, one is constantly confronted with seeming paradoxes of value. A Picasso, though possessing a monetary value, is priceless in another, higher scheme. [...] But in a pluralistic society, the "objective" pricelessness of the Picasso can only be unambiguously confirmed to us by its immense market price" (Kopytoff, 1988, s. 82).

Genstandens tilstand skal således ikke opfattes som helt igennem fastlagt, men som underlagt og derved styret af den proces, som den på det pågældende tidspunkt undergår. Genstande kan derfor hverken siges kun at være varer eller ikke-varer – ting bliver til varer gennem en direkte vareliggørelse heraf og er således styret af denne proces. Det er derfor interessant, og altafgørende for at forstå de enkelte genstandes kulturelle betydning, at man undersøger, hvordan noget skifter fra at være en vare til ikke længere at være det. Og til muligvis at blive til vare igen.

Hvad således det er, som har været med til at konstituere skrivemaskinens umiddelbare værdiskabelse, er hvad jeg videre i denne opgave vil undersøge og forsøge at afdække med udgangspunkt i nogle af datidens kulturelle tendenser - ekspliciteret i en historisk redegørelse for popkunsten og dennes tendenser omkring skrivemaskinens oprindelige annoncering.

Historisk redegørelse for genstandens samtid

Olivettis "Valentine"-skrivemaskine blev i 1968 designet af den italienske arkitekt og designer Ettore Sottsass og senere færdiggjort i kollaboration med den engelske designer Perry A. King. Allerede i begyndelsen blev skrivemaskinen en fysisk repræsentation af den tid og de bevægelser, som var til stede inden for både kunst og design omkring slutningen af 1960'erne og starten af 1970'erne; herunder popkunsten. Samtidig med, at den skulle repræsentere denne samtid, skulle skrivemaskinen dog ligeledes besidde de samme karakteristika som Olivetti - siden Camillo Olivetti startede firmaet i den italienske by Ivrea i 1908 - var blevet kendt

for med deres andre skrivemaskiner: holdbarhed, stilrenhed og en upåklagelig funktion.

Allerede i 1956 var Ettore Sottsass begyndt at arbejde for Olivetti som designkonsulent og var med i udførelsen af alt fra deres kontormaterialer, møbler og ikke mindst skrivemaskiner. Gennem årene hos Olivetti stod Sottsass ligeledes for udførelsen af mange af deres plakater og blev mest af alt anerkendt for sin evne til at gøre Olivettis skrivemaskiners' reklamer så kulturelt proaktive, at de dermed sikrede, at Olivetti med sine kampagner var med til at gøre deres kontorartikler til en del af samtidens umiddelbare populærkultur. Derved blev disse til noget mere end blot udstyr til et kontor. Sottsass' grafiske baggrund, samt hans arbejde inden for reklamebranchen, tydeliggjorde hans evne til, ligesom mange andre af samtidens popkunstnereⁱⁱ kunne det, både at agere kunster og marketingsmand.

En sammenlignelig fascinationen for netop samtidens forbrugskultur, hvori objekter produceret i massive mængder blev sidestillet med kunstens unikaobjekter, understregedes blandt andet af kunstneren Andy Warhols samlebåndsmåde, hvorpå han og adskillige assistenter producerede op til så mange som 80 kunstværker om dagen i hans East 47th Street-studie - passende kaldet "The Factory" (Phillips, 1999, s. 125).

Denne umiddelbare forrykning fra de fortidige modellers gennemgående rationalisme blev således fra Olivettis side en understregning af netop nogle af samtidens kulturelle bevægelser - samtidig med, at de udgjorde et forsøg på at bibeholde det funktionsbetonede renommé, som rent økonomisk havde været med til at gøre Olivetti så succesfulde, som de gennem en lang årrække havde været. Selvom selve designet af maskinens ydre og visuelle udtryk var radikalt anderledes end deres tidligere maskiner, blev den rent mekanisk en direkte genanvendelse af deres tidligere "Lettera 32"-skrivemaskine. Den grundlæggende forandring blev således "Valentine"-skrivemaskinens ydre skal, som ikke kun gjorde, at den nemt og præcist kunne blive gemt væk og transporteret, men som helt intentionelt fra designerens og producentens side skulle sløre genstandens egentlige funktion og tidligere historiske virke som et mekanisk skriveredskab, der mest af alt blev brugt af sekretærer og studerende fastlåst ved et skrivebord.

Næranalyse af Valentine skrivemaskinen

Prasad Boradkars ”skin”-topologi

Ifølge den indisk fødte professor i Industrielt Design ved Arizona State University, Prasad Boradkar, er netop et af de tiltag, som inden for æstetiseringen af produktdesign er kendetegnende, det, som han definerer som genstandes ”skin”. Denne ydre skal agerer, ifølge Boradkar, som en sensorisk og materiel relation mellem genstandens indre og den ydre verden. Det er derfor muligt for producenten at integrere visse formmæssige, kunstneriske og kulturelle symbolikker, som så af en efterhiget modtager forventes afkodet, som producenten forudser det. Herved er der gennem en utilisering af genstandens ”skin” skabt en overflade, som også for folk fra den ”ydre” del af verden, fortæller dem noget om det, der antageligt befinder sig indeni. Boradkar understreger dog, at adskillige andre faktorer spiller en rolle for en mere æstetisk opfattelse af objektet og understreger det med sætningen, at; ”Price, performance, packaging, advertisement, warranties and other factors play a role as well. Many of these attributes of the products are ”written” on the surfaces. And just as the human skin operates as a protective, communicative, aesthetic layer of the human body so does the object skin.” (Boradkar, 2010, s. 151).

Netop denne overflade, dette ”skin”, agerer således ikke kun som en understregning af genstandens umiddelbare visuelle udtryk, men supplerer den enkelte person med yderligere information, som både kan være med til at forsikre personen om deres førstehåndsindtryk eller blotlægge for dem, at hvad, de først troede var én ting, i realiteten er noget helt andet. Boradkar understreger ligeledes, at disse ”skins” eksisterer som visuelle overflader, der kan være med til at usynliggøre teknologien samt den egentlige mekaniske funktion indeni genstanden og derfor få disse til at fremstå som designede grænseflader for en umiddelbart manipuleret nytteværdi (Boradkar, 2010, s. 151).

Disse overflader kan således, ifølge Boradkar, fremstilles som værende rig på betydning, og han understreger denne flertydighed med erklæringen, at; ”[...] object skins assume various forms in products – they maybe rigid, permeable, dense, translucent, clear, imitative, smart, green, ordinary, or fantastic” (Boradkar, 2010, s. 152). For således at anskueliggøre hvad præcist det er, som i forhold til en genstands ”skin”, der er væsentligt at undersøge for endvidere at klassificere og organisere de forskellige betydninger, som forskellige æstetiske overflader udstråler i den proces omkring produktionen og forbruget af forskellige genstande, har Boradkar udviklet

en typologi, som er opdelt i nogle overordnede kategorier: "protective skins", "informational skins", "technological/intelligent skins" og "mythical/fetichistic skins" (Boradkar, 2010, s.152). Boradkar understreger ligeledes i forlængelse heraf, at det i klassifikationen af en genstands "skin" er muligt at tilknytte flere end blot et enkelt af foranstående kategorier.

Til "Valentine"-skrivemaskinen mener jeg, at der er tre af disse "skin"-typologier, som umiddelbart kan tilpasses. Det skal understreges, at jeg, i klassifikationen af denne kategori til mit analyseobjekt, forholder mig til genstanden som ét hele. Genstanden for denne analyse er i realiteten opdelt i to dele henholdsvis skrivemaskine og en tilhørende kasse. Mit udgangspunkt er dog den samlede helhed af begge, da det i relation til denne analyse netop er det, som er definerende for "Valentine"-skrivemaskinen.

Først og fremmest er det selvsagt, at en vis beskyttelse er tilpasset skrivemaskinen gennem dens kasse, som direkte i sig selv fungerer som et "protective skin" og herunder dennes underkategori "shielding skins". Kassens primære funktion er dels at indeholde og dels at beskytte skrivemaskinen fra alt udefrakommende påvirkning og uønsket skade herpå. Derudover mener jeg, at det mest tydelige og betydningsbærende "skin", som kan tilknyttes skrivemaskinen, er dennes mytiske og fetichistiske "skin" og mest af alt underkategorien "myth by material". Denne form for umiddelbar myteskabelse - som gennem brugen af et materiale, der ligeledes i samtiden, såvel som flere årtier før, blev brugt til alt fra stole, kopper, lamper og endda skistøvlerⁱⁱⁱ, samt en umiddelbar sløring af genstanden - gør, at der opstår en vis mytisk merværdi for brugeren heraf og for dem, som ser herpå.

Genstandens kulturelle biografi

I den bagvedliggende designproces af "Valentine"-skrivemaskinen skete der på et tidspunkt et skift i Sottsass' forudsætninger for maskinen, som ikke længere stemte overens med bestyrelsen og indehaverne af Olivetti, og han valgte derfor at stoppe samarbejdet omkring skrivemaskinen. Perry A. King blev efterfølgende hentet ind for at færdiggøre den. Ettore Sottsass havde i sin egen proces tiltænkt skrivemaskinen ikke kun et lettere udtryk, men også en egentlig mere fysisk lethed. Dette foreslog han blandt andet kunne realiseres gennem brugen af en billigere plastik, som samtidig ville få prisen på skrivemaskinen til at falde betydeligt, og at den dermed ville kunne nå ud til en bredere befolkningsgruppe. På trods af skrivemaskinens allerede eksisterende radikalitet var denne tanke dog for Olivettis

ledelse for nytænkende og antageligt så differentierende fra idéerne bag deres tidligere modeller, at de valgte ikke at gå videre med Sottsass idé og i stedet færdiggjorde skrivemaskinen med Perry A. King som den primære designkonsulent. Allerede her kan der siges at være sket et umiddelbart skift i "Valentine"-skrivemaskinens antagelige markedsadaptation. Skrivemaskinens udtryk var i begyndelsen meget anderledes fra de tidligere modeller – på en sådan måde, at den opnåede en form for "fashion accessory"-status blandt flere kendte mennesker fra samtidens kulturelle elite. Denne kulturelle påvirkning af genstandens umiddelbare udtryk, mener jeg, ydermere kan have været med til at konstituere skrivemaskinens æstetiske merbetydning. Hvad differentierede "Valentine"-skrivemaskinen fra mange af de tidligere modeller, var den tilhørende transportkasses visuelle lethed og dennes mytiske og fetichistiske udstråling. Derudover blev også den førnævnte modetilbehørskonstituering understreget gennem den grafiske fremstilling af skrivemaskinen. Som det kan ses på en af Olivettis reklameplakater^{iv}, blev skrivemaskinen i reklamen fremstillet som en genstand, der nærmest ligesom enhver anden dametaske nemt ville kunne smides over skulderen og transporteres på trods af dens vægt på omtrent seks kilo. I en artikel fra det britiske design- og arkitekturmagasin "Icon" har den nuværende chefredaktør på magasinet "Disegno", Johanna Agerman Ross, skrevet følgende om netop "Valentine"-skrivemaskinens umiddelbare status blandt befolkningen på den tid: "In 1970 Richard Burton was snapped arriving at Heathrow airport with a costumed Valentine portable typewriter on one arm and his wife Elizabeth Taylor on the other. That picture epitomised the territory that the Valentine was meant to occupy. Glosse, sexy and desirable, it was the it-bag of its day."⁵ (Ross, 2009, s. 1)

Skrivemaskinen blev således med sin "it"-status hurtigt adapteret som en del af populærkulturen blandt den kulturelle elite. Som med mange andre af popkunstens genstande var datidens kendte og nyrige hurtige til at skabe sig en gennemgående interesse herfor - antageligt mere på grund af skrivemaskinens kulturelle proaktivitet og visuelle popkunst-repræsentation end på grund af dens funktion (dette kan i hvert fald siges at være tilfældet med mange andre af samtidens kunstobjekter; de købes for deres kulturelle værdi i langt højere grad end deres umiddelbare funktion). Valentine skrivemaskinen blev, i et mere generelt perspektiv, ikke nogen kommerciel succes for Olivetti, da skrivemaskinen umiddelbart var for dyr, og derfor mislykkedes i at nå ud til den bredere befolkning. Dog skete der i "Valentine"-skrivemaskinens første år flere umiddelbare forandringer i dens værdiansættelse og skiftet fra at være tiltænkt en bred målgruppe til egentligt at nå ud til en i realiteten begrænset målgruppe - tilhørende popkunst interesserede og folk med en højere

kapital end gennemsnittet - var dog ikke det eneste, som skrivemaskinen ville komme til at undergå. Allerede i 1971, blot to år efter dens annoncering, blev der af Museum of Modern Art i New York udvist stor interesse for, at den skulle blive en del af deres faste udstilling. Og Olivetti var selvsagt villige til at donere en af deres nyeste skrivemaskinemodeller hertil. Skrivemaskinen blev således allerede ved begyndelsen udstillet og æstetisk viderekommuneret som værende noget mere end blot et produkt af en bagvedliggende designproces fra et firma, der var kendt for at producere funktionelle skrivemaskiner. Den blev ophøjet til et moderne kunstobjekt.

Senere, efter salget af skrivemaskiner hos Olivetti ophørte på grund af en stigende interesse for den personlige computer, opstod der følgelig et produktionsstop af "Valentine"-skrivemaskinen, hvilke gjorde, at den kom til at eksistere i et begrænset antal. Som meget andet af datidens popkunst kom "Valentine"-skrivemaskinen antageligt - på grund af dennes nu begrænsede antal - til at fremstå som et repræsentativt designobjekt, som var tiltænkt den samme gruppe, som i årene omkring 1960'erne og begyndelsen af 1970'erne havde fået en gennemgående fascination for alle popkunstens kulturelle facetter. Allerede da MoMA i 1971 lod "Valentine"-skrivemaskinen blive en del af deres faste udstilling skete der (jf. Kopytoff) en umiddelbar singularisering af denne. Det er således antageligt, at nogenlunde den samme fascination, som stadig er gældende for mange af popkunstens værker i dag på grund af disses kulturelle repræsentation af livet blandt de unges progressive bevægelser i USA omkring 1960-70'erne, også har været gældende for "Valentine"-skrivemaskinen.

Delkonklusion

Valentine skrivemaskinen har således, i dennes livsforløb, undergået flere stadier, som antageligt har været med til at forandre opfattelsen hos den brede befolkning, og hvilket også har gjort, at der er sket en betydelig forandring i dens økonomiske såvel som kulturelle værdi, siden den første gang blev sat i produktion. Først fremstod den udelukkende som en typisk brugsgenstand til et marked, som i samtiden var velkendt og velbenyttet, til hurtigt efter (trods dennes, for firmaet bag, økonomiske fejlslagenhed) af flere store kunst- og designinstitutioner at blive adapteret og singulariseret. Herefter må det antages, at den i en årrække udelukkende fremstod som netop en del af den tids historie – men for så igen senere pludseligt at opnå en betydelig økonomisk udvekslingsværdi, som videre i opgaven anskueliggøres.

Værdifastsættelse af Valentine skrivemaskinen

Som flere andre af popkunstens "singulariserede" værker, som senere har gennemgået endnu en "commoditization" gennem et videresalg heraf til privatpersoner, samlere, institutioner og gallerier verden over, har også flere modeller af "Valentine"-skrivemaskinen gennemgået en endnu "commoditization". Denne overgang fra først at være en vare til så at blive singulariseret - og til igen at undergå en "commoditization" - er hvad, jeg mener, har givet den en umiddelbar økonomisk såvel som kulturel værdistigning, som endvidere har gjort den til en af de dyrest sælgende auktionsgenstande i dens kategori nogensinde. I 2013 blev et eksemplar af Olivettis "Valentine"-skrivemaskine estimeret af auktionshuset Sotheby's i New York til mellem 15.000 og 20.000 amerikanske dollars. Da auktionen sluttede, endte prisen på hele 60.000 amerikanske dollars. For at sætte denne pris i et umiddelbart historisk perspektiv var "Valentine"-skrivemaskinens pris, da den oprindeligt blev sat til salg, 54,50 amerikanske dollars. Med forbehold for store forandringer i inflationen siden 1970 svarer den oprindelige pris til en pris, som i dag ville være på omtrent 330,00 amerikanske dollars. Det er således tydeligt, at der er sket en betydelig økonomisk værdistigning; en værdistigning, som umiddelbart kan tilskrives dennes tidligere singularisering og herved kulturelle værdistigning.

Netop den singulariseringsproces, som jeg er overbevist om, at flere eksemplarer af "Valentine"-skrivemaskinen har undergået gennem disse udstillinger på blandt andet Museum of Modern Art i New York, Cooper Hewitt National Design Museum, Philadelphia and the Indianapolis Museums of Art, Los Angeles County Museum of Art, London's Design Museum og det tyske Vitra Design Museum, er hvad, der i dag har gjort flere af disse til varer med en høj økonomisk bytteværdi såvel som kulturel værdi. Det antages derfor, at disse skrivemaskiner, for de fleste som i dag anskaffer sig en, bliver stående på bogreolen eller kaffebordet som en historisk repræsentativ genstand, der ikke umiddelbart eller nødvendigvis bliver solgt videre. Genstanden har derfor endnu opnået en umiddelbar singularisering, fordi denne for den enkelte person antageligvis udelukkende repræsenterer en vis kulturel og æstetisk merbetydning, som ligger udover dens økonomiske værdi og fysiske form. Som med alle ting, genstande og varer skal det dog understreges, at denne (jf. Kopytoff) stadig besidder en potentiel økonomisk værdi, og derfor kan siges stadig potentielt at være en vare.

Konklusion

Fuldstændigt at konkretisere en genstand som i sin umiddelbare form har et så omnipræsent udtryk - og ligeledes at forsøge at konstituere dennes overordnede økonomiske og kulturelle værdier - vil i denne undersøgelse være en kontinuerlig proces, da, som Kopytoff har anført, genstanden (som er undersøgelsens udgangspunkt) ikke endnu kan siges at have et præcist ophørstidspunkt.

Hvad, der i denne opgave er blevet ekspliciteret, er en større forståelse for netop den kulturelle sammenhæng, hvorfra genstanden er opstået, og for de forskellige stadier af vareliggørelse, singularisering og en endnu af-singularisering som må siges at have fundet sted. ”Valentine”-skrivemaskinen har på grund af dens evne til at indgå i flere kulturelle sammenhænge, dens umiddelbare relation til en historisk defineret kunstperiode samt dens æstetiske ydre været med til at sikre den en fast plads i den moderne designhistorie.

Litteraturliste

Agerman, Johanna: “Valentine Typewriter”, 2009, Icon vol. 068:

<http://www.iconeye.com/404/item/3904-valentine-typewriter> - besøgt d. 4/6-2016

Boradkar, Prasad: “Designing Things, A Critical Introduction to the Culture of Objects”, kapitel 5: ”Beautiful Things: The Aesthetics of “Surfaces”, First Edition, Berg Publishers 2010, Oxford, England.

Kopytoff, Igor (1986): ”The cultural biography of things: commoditization as process”, In Arjun Appadurai (ed.), The Social life of things – Commodities in cultural perspective, Cambridge: Cambridge University Press, 64-91.

Lees-Maffei, Grace: “Iconic Designs: 50 “ories about 50 Things”, Bloomsbury Visual Arts 2014, New York, United States, 134-137.

MoMA, “Valentine Portable Typewriter”:

<http://www.moma.org/collection/works/4576?locale=en> - besøgt d. 26/5-2016

Phillips, Lisa: "The American Century, Art & Culture 1950-2000", Whitney Museum of American Art, New York, W.W. Norton & Company, New York & London, 1999.

Raizman, David: "History of Modern Design", kapitel 6: "Progress, Protest, and Pluralism (1961-2010)", Second Edition, Laurence King Publishing 2010, London, England.

SFMoMA: "Valentine Portable Typewriter", 2004,
<https://www.sfmoma.org/artwork/2004.185.A-B> - besøgt d. 4/6-2016

Sothebys, (auktion): "Valentine Portable Typewriter", 2013
<http://www.sothebys.com/en/auctions/ecatalogue/2013/null-n09014/lot.7.html> - besøgt d. 8/6-2016

St. Hill, Cate: "The Olivetti Valentine Typewriter", 2012, Disegnodaily, Milano:
<https://www.disegnodaily.com/article/the-olivetti-valentine-typewriter> - besøgt d. 7/6-2016

Bilag

Bilag 1



Collage sammensat af billeder fundet på MoMA's genstandsdatabase (<http://www.moma.org/collection/>) af designprodukter i det samme materiale som "Valentine"-skrivemaskinen med årstal skrevet under dem.

Bilag 2



Reklameplakat fra Olivetti, som skulle annoncere deres "Valentine"-skrivemaskine.

i En befolkning i det centrale Afrika, oprindeligt etableret i den Demokratiske Republik Congo og det sydvestlige Angola.

ii

Anerkendte popkunstnere såsom Andy Warhol, Roy Lichtenstein og James Rosenquist havde alle en tidligere karriere inden for reklamebranchen.

iii

Se bilag 1

iv

Se bilag 2